Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры рекламы
и связей с общественностью
Протокол от «___» _____201_ г.
№_____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ОД.4 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ PR-КАМПАНИЙ

Направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
"Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора - 2017

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

К.э.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью А.Б. Цветкова.

Заведующий кафедрой

Рекламы и связей с общественностью д.филол.н., проф. Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.4 «Планирование и организация PR-кампаний» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2.	Владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.	ПК-2.2	Способность к осуществлению качественных изменений в коммуникационном пространстве как сфере действий PR в условиях глобализации мировой экономики и развития массовой информации.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-11.005 А Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ А/01.6 - определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/02.6 - подготовка создания сценарного материала нового продукта; А/03.6 - планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/05.6 - организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами; А/06.6 - организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/07.6 - организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ПК-2.2	**на уровне знаний**: базовые понятия PR, суть предмета, его роль в деятельности компании, преимущества и недостатки PR; основные этапы процесса планирования PR-кампании; основные навыки построения эффективной PR-коммуникации; специфика работы основных СМИ и их основные характеристики, особенности функционирования медиасистемы России. **на уровне умений:** правильно идентифицировать основные целевые аудитории мероприятий; грамотно применять и выбирать основные PR-инструменты и качественно оценивать результаты мероприятий; организовывать специальные мероприятия с СМИ. **на уровне навыков:** организации и принципов управления PR-подразделением;

ПС-11.009 А Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа А/01.6 - обработка материала для получения готового медиапродукта; А/02.6 - обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта В Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ В/03.6 - обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта		определять перечень основных функций, получает информацию о необходимых качествах PR-специалиста; грамотного выбора PR-агентства и принципов построения надлежащих взаимоотношений с ним; применять критерии оценки качества работы PR-агентства; выбора медиасредств и реализации методов работы с ними; построения медиарилейшнз и выстраивания отношений с журналистами, коллегами.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Очная форма обучения		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***28***
лекционного типа (Л)		***10***
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***18***
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***44***
Промежуточная аттестация	**Форма**	***Зачет***
	час.	**-**
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***72/2***

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.4 «Планирование и организация PR-кампаний» изучается на 3 курсе, в 6 семестре по очной форме обучения.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин Б1.Б.16 «Психология массовых коммуникаций», Б1.Б.15 «Социология массовых коммуникаций», Б1.Б.18 «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

Дисциплина является основой для изучения дисциплин: Б1.В.ДВ.6.1 GR и политические технологии, Б1.В.ДВ.6.2 Реклама в новых и конвергентных медиа, Б1.В.ДВ.9.1 Лаборатория рекламы: BTL –технологии, Б1.В.ДВ.9.2 Лаборатория реклама:

социальная реклама и Б1.В.ОД.10 «Ценообразование в рекламной деятельности и связях с общественностью и др.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
1	Основные понятия PR и массовой информации. Аудитории PR мероприятий и массовая аудитория.	10	1		3		6	О, Э1 Д 1, 3
2	Рынок PR в России. Регулирование сферы PR.	10	1		3		6	О, ДЗ, Э2 Д 2, 11, 15, 18
3	Планирование PR кампании.	11	2		3		6	Э3 Д 9, 10, 16
4	Исследования в PR	11	2		3		6	ДЗ, Э4 Д 6, 7, 8
5	Отношения со СМИ. Виды и функции СМИ.	15	2		3		10	ДЗ, Э5 Д 4, 5, 12
6	Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей.	15	2		3		10	Э6, РК, Т, Д 13, 14, 17
Промежуточная аттестация		Зачет						
Всего:		**72**	**10**		**18**		**44**	

Примечание:

** - формы текущего контроля: эссе (Э), вопросы к диспуту №№ (Д), тест (Т), рубежный контроль (РК).*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Основные понятия PR и массовой информации. Аудитории PR мероприятий и массовая аудитория.	Определение PR. PR как система установления связей с общественностью. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. Отличие паблик рилейшнз от других элементов комплекса продвижения. Преимущества и недостатки PR. Определение основных аудиторий PR. Внешний и внутренний PR.
Тема	Рынок PR в России.	История развития PR. Современное состояние и

2	Регулирование сферы PR.	перспективы развития рынка PR-услуг в России. Общая характеристика рынка услуг по связям с общественностью в России. Специализированные PR-агентства, известные PR-кампании. Особенности PR в России. Перспективы развития рынка паблик рилейшнз. Государственное и добровольное регулирование PR-деятельности: области и методы регулирования. Законодательство России о PR-деятельности. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.
Тема 3	Планирование PR кампании.	Планирование PR-кампании. Ситуационный анализ. Основные этапы планирования кампании по связям с общественностью. Цели маркетинга и цели маркетинговых коммуникаций. Определение целей компании по связям с общественностью. Цели и направленность мероприятий паблик рилейшнз. Выбор целевых аудиторий и описание профиля. Бюджет PR-кампании. Методы определения бюджета, их преимущества и недостатки. Выбор медиа-средств и методы работы с ними. Формирование долговременных отношений. Информационное спонсорство. Оценка эффективности PR-кампаний, методы контроля.
Тема 4	Исследования в PR	Методы исследований: кабинетные исследования, первичные исследования, количественные и качественные исследования. Структура первичного спроса на услуги агентств по связям с общественностью. Поиск возможностей роста. Методы прогнозирования спроса. Изучение отношений со средствами массовой информации, потребителями, сотрудниками, с государством и местной общественностью, инвесторами.
Тема 5	Отношения со СМИ. Виды и функции СМИ.	Виды и функции СМИ. Использование СМИ коммерческими и некоммерческими организациями. СМИ как основа формирования единого информационного пространства. Медиа-система России. Уровни медиа-системы и правила взаимоотношений со СМИ на разных уровнях. Медиа-холдинги. Параметры различных СМИ. Сбор новостей. Уровни и формы мероприятий паблик рилейшнз. Организация событий для СМИ: посещение предприятия, пресс-тур, пресс-конференция, брифинг, презентация, пресс-ланч, клубный вечер. Интервью с представителями СМИ, основные методы его проведения.
Тема 6	Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей.	Изучение медиа и профессиональная жизнь PR-специалиста. Организация издательских домов. Принципы работы прессы, радио и телевидения. Особые характеристики СМИ. Технология связи с общественностью. Процесс управления новостью. Модели новостного производства и жанры журналистики. Категории журналистских материалов.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающегося и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.4 «Планирование и организация PR-кампаний» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Основные понятия PR и массовой информации. Аудитории PR мероприятий и массовая аудитория.	О, Э1 Вопросы к диспуту 1, 3
Рынок PR в России. Регулирование сферы PR.	О, ДЗ, Э2 Вопросы к диспуту 2, 11, 15, 18
Планирование PR кампании.	Д, Э3 Вопросы к диспуту 9, 10, 16
Исследования в PR	ДЗ, Э4 Вопросы к диспуту 6, 7, 8
Отношения со СМИ. Виды и функции СМИ.	ДЗ, Д, Э5 Вопросы к диспуту 4, 5, 12
Особенности работы СМИ. Позиционирование новостей.	Э6, РК, Т Вопросы к диспуту 13, 14, 17

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

В виде тестирования по основным категориям и понятиям, решение типовых ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Темы эссе по дисциплине «Планирование и организация PR-кампаний»

№	Содержание задания
1	Описание деятельности PR-агентства, используя материалы его сайта. Студент должен указать: название агентства, сферы его деятельности, основных клиентов, истории, привести примеры PR кампаний, разработанных агентством. Формализация критериев успешности/неудачи PR-кампаний. Объем задания – 1-2 стр.
2	Подготовка пресс-релиза. Студент должен составить самостоятельно пресс-релиз по какому-нибудь событию или взять готовый. Помимо пресс-релиза (если берутся готовые материалы) студент должен привести 2-3 примера редакционных статей, вышедших по данному пресс-релизу, и оценить их по качеству опубликованной по факты информации. Объем задания – 2-3 стр.
3	Подготовка описания примеров внутрикорпоративного PR. Студент должен указать внутрикорпоративное мероприятие, его цели, сроки проведения, описать само мероприятие и его основные результаты, дать собственную оценку внутрикорпоративного мероприятия. Объем задания – 2-3 стр.
4	Подготовка описания PR кампаний коммерческих структур для внешних целевых аудиторий. Студент должен указать цели PR кампании, сроки проведения, описать

	мероприятия кампании и ее основные результаты, дать собственную оценку кампании. Объем задания – 2-3 стр.
5	Подготовка описания выставочного или спонсорского мероприятия (по выбору). Студент должен указать цели мероприятия, сроки проведения, описать подробно само мероприятие, его основные результаты и дать собственную оценку кампании. Объем задания – 2-3 стр.
6	Подготовка описания PR кампаний органов государственной власти. Студент должен указать цели PR кампании, сроки проведения, описать мероприятия кампании и ее основные результаты, дать собственную оценку кампании. Объем задания – 2-3 стр.
ИТОГО	6 заданий общим объемом 12-18 стр.

Критерии оценки эссе:

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает: полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится: полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка **«отлично»** предполагает: полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Текст эссе оценивается 1 – 5 баллов.

Баллы снижаются за: не соответствие заявленных целей и задач теме изучения; ошибках в определении объекта и предмета изучения, не достижение поставленных целей, погрешности в оформлении.

Вопросы к диспуту по дисциплине «Планирование и организация PR-кампаний»

1. История управления общественными отношениями в странах Европы (на примеры страны).
2. PR в современной России: хронология развития и основные тенденции

3. Маркетинговые коммуникации и PR
4. Общественное мнение как структурный элемент PR
5. Способы управления общественным мнением
6. Социологический анализ в структуре PR-исследований
7. Медиаметрический анализ: основные задачи и показатели
8. Информационный аудит и составление медиапортрета
9. Планирование PR-мероприятий и информационная стратегия
10. Планирование бюджета PR-кампании
11. Российский рынок PR-услуг: основные участники и особенности
12. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий
13. Построение системы работы с журналистами
14. Структура пресс - службы. Особая роль пресс – секретаря
15. Имидж компании (фирмы) как ключевое понятие PR
16. Фирменный стиль в общем контексте деятельности PR-специалиста
17. Защита информации и PR
18. Перспективы развития PR-деятельности в России

Критерии правильности ответов на вопросы для диспута:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответ на вопрос оценивается 0 -5.

Каждый отвечает на 2 вопроса на теме дискуссии.

Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл.

Максимальный балл 5.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2.	Владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.	ПК-2.2	Способность к осуществлению качественных изменений в коммуникационном пространстве как сфере действий PR в условиях глобализации мировой экономики и развития массовой информации.

4.3.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ПК-2.2.	Изучает: Основные понятия PR и массовой информации. Аудитории PR мероприятий. Рынок PR в России. Регулирование сферы PR. Планирование PR кампании. Исследования в PR Отношения со СМИ.	Изучена структура и основные участники рынка PR услуг, инструменты PR и их особенности. Продемонстрированы умения сформулировать цель PR кампании, определить ее целевые аудитории, составить ее план, Изучены основные требования, предъявляемые современным СМИ к организации PR с хозяйствующими на рынке субъектами.

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету по дисциплине

При ответе на вопрос
сформулируйте и обоснуйте свою позицию,
приведите конкретные примеры:

1. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Целевые аудитории мероприятий по связям с общественностью.
3. Преимущества и недостатки PR.
4. Общая характеристика рынка услуг по связям с общественностью в России.
5. Перспективы развития рынка паблик рилейшнз.
6. Государственное и добровольное регулирование PR-деятельности: области и методы регулирования.
7. Деятельность РАСО.
8. Добровольная сертификация в области паблик рилейшнз.
9. Имидж как психологическая PR-категория.
10. Психологические основы паблик рилейшнз.
11. Планирование кампании по связям с общественностью, основные этапы.
12. Оценка эффективности PR-кампаний.
13. Методы исследований в паблик рилейшнз.
14. Уровни медиа-системы России и правила взаимоотношений со СМИ на разных уровнях.
15. Основные правила написания пресс-релиза и информационной справки о компании (бэкграундера).
16. Основные виды PR-материалов.
17. Виды специальных PR-мероприятий.

18. Основные средства паблик рилейшнз.
19. Модели новостного производства и жанры журналистики.
20. Позиционирование новостей о компании в СМИ: технология, особенности и приемы воздействия.
21. PR-деятельность в кризисных ситуациях.
22. Местное сообщество и способы налаживания благожелательных отношений.
23. Внутрикорпоративный PR: цели, функции и средства.
24. Роль PR в подготовке и проведении выставок.
25. Пресс-служба выставки и её функции.
26. Направления выставочного PR, особенности работы и инструменты.
27. Для чего используется контент-анализ в PR?
28. Какие специальные PR-мероприятия вы знаете?
29. Расскажите об основных этапах и правилах проведения пресс-конференции.
30. Опишите структуру и правила написания пресс-релиза.
31. Что входит в информационную справку о компании?
32. Как осуществляется позиционирование новости в СМИ?
33. Какие жанры журналистики вы знаете? В чем заключаются их особенности?
34. Каким образом можно усилить содержание новости?
35. Перечислите основные виды PR-материалов.
36. Что представляет собой факт-лист и когда он используется?

Шкала оценивания

Баллы (рейтинговой оценки)	**Оценка**	**Требования к знаниям**
100-50	*Зачтено*	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он днилнстрирует: **на уровне знаний**: базовые понятия PR, суть предмета, его роль в деятельности компании, преимущества и недостатки PR; основные этапы процесса планирования PR-кампании; основные навыки построения эффективной PR-коммуникации; специфика работы основных СМИ и их основные характеристики, особенности функционирования медиасистемы России. **на уровне умений:** правильно идентифицировать основные целевые аудитории мероприятий; грамотно применять и выбирать основные PR-инструменты и качественно оценивать результаты мероприятий; организовывать специальные мероприятия с СМИ. **на уровне навыков:** организации и принципов управления PR-подразделением;

		определять перечень основных функций, получает информацию о необходимых качествах PR-специалиста; грамотного выбора PR-агентства и принципов построения надлежащих взаимоотношений с ним; применять критерии оценки качества работы PR-агентства; выбора медиасредств и реализации методов работы с ними; построения медиарилейшнз и выстраивания отношений с журналистами, коллегами.
49-0	*Не зачтено*	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты изучают базовые понятия PR, суть предмета, его роль в деятельности компании, преимущества и недостатки PR; основные этапы процесса планирования PR-кампании; основные навыки построения эффективной PR-коммуникации; специфику работы основных СМИ и их основные характеристики, особенности функционирования медиасистемы России.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний;

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

– результаты самостоятельной работы

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Оценивание работы студента на семинарских занятиях осуществляется по следующим критериям:

–«Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

–«Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

–«Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

–«Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете с оценкой;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценивания устного ответа

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя:

1) полноту и правильность ответа;

2) степень осознанности, понимания изученного;

3) языковое оформление ответа

–Оценка «отлично» 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.

–Оценка «хорошо» ставится, если студент 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.

–Оценка «удовлетворительно» 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.

–Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценивания мини-реферата с использованием презентации

–Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; сообщение имеет чёткую композицию и структуру; в тексте сообщения отсутствуют логические нарушения в представлении материала; представлен качественный анализ найденного материала, материал иллюстрирован в презентации в полном объеме, студент уверенно отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

–Оценка **«хорошо»** выставляется студенту**,** если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; сообщение имеет чёткую композицию и структуру; в тексте сообщения отсутствуют логические нарушения в представлении материала; представлен качественный анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации в полном объеме либо есть недочеты, присутствуют случаи неуверенного ответа на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

–Оценка **«удовлетворительно»,** – если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; в целом сообщение имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте сообщения есть логические нарушения в представлении материала; представлен частичный анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации не полностью, студент неуверенно либо вообще не отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

–Оценка **«неудовлетворительно»,** – если содержание сообщения соответствует заявленной в названии тематике; в целом сообщение имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте сообщения есть логические нарушения в представлении материала; отсутствует анализ найденного материала; материал иллюстрирован в презентации не полностью либо презентация отсутствует вовсе, студент не отвечает на возникающие у аудитории вопросы по теме сообщения.

Критерии оценивания эссе

«Отлично»:

1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя

2) в основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис

3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Хорошо»:

1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя

2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис

3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

«Удовлетворительно»:

1) во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе

2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно

3) заключение и выводы не полностью соответствуют содержанию основной части

«Неудовлетворительно»:

1) во введение тезис отсутствует или не соответствует теме эссе

2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы

3) выводы не вытекают из основной части

Критерии оценки участия студента в кейсах и дискуссиях

Учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), а также умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Шкала оценивания

Мини-реферат и презентация, текст эссе, участие в кейсе и дискуссии оценивается: 0 – 5 баллов.

5 баллов – оценка «отлично»

3-4 балла – оценка «хорошо»

1-2 балла – оценка «удовлетворительно»

0 баллов – оценка «неудовлетворительно»

Максимальный балл – 5.

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

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

– внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);

– ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;

– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

– внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

– выпишите основные термины;

– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Вопросы для самопроверки

№ раздела	Вопросы для самопроверки
1	1. В чем отличие связей с общественностью от других элементов маркетинговых коммуникаций? 2. Назовите сферы деятельности, для которых мероприятия Паблик Рилейшнз имеют, на ваш взгляд более важное значение, чем другие инструменты продвижения. 3. Какие целевые аудитории мероприятий по связям с общественностью вы знаете? 4. Охарактеризуйте функции PR в компании. 5. В чем заключается плюсы и минусы такого элемента продвижения как паблик рилейшнз?
2	1. Назовите основных участников рынка PR-услуг. Дайте краткую характеристику каждому из них. 2. В чем заключается роль рейтингов агентств в области связей с общественностью? 3. Что включает в себя государственное регулирование связей с

	общественностью в России? 4. Для чего необходимо регулирование отрасли на государственном уровне? Назовите основные причины. 5. Что подразумеваемся под общественным регулированием отрасли?
3	1. Назовите основные этапы планирования PR-кампании? 2. Почему важно правильно определять цели PR-проекта при планировании? 3. В чем заключается отличие стратегии и тактики в планировании? Поясните ответ на примере из области планирования мероприятий по связям с общественностью. 4. Перечислите основные средства PR. 5. Для чего важно оценивать эффективность PR-кампании?
4	1. В чем заключается различие между выборочной и генеральной совокупностью? 2. С какой целью в PR проводятся мониторинговые исследования? 3. Приведите примеры кабинетных и полевых исследований в области PR. 4. Для чего необходимо транскрипирование СМИ? 5. Что представляет собой методика ACORN? Чем вызвана её популярность?
5	1. Какие специальные PR-мероприятия вы знаете? 2. На каких из мероприятий представители СМИ являются главной целевой аудиторией? 3. Расскажите об основных этапах и правилах проведения пресс-конференции. 4. Опишите структуру и правила написания пресс-релиза. 5. Что входит в информационную справку о компании?
6	1. Как осуществляется позиционирование новости в СМИ? 2. Перечислите основные виды PR-материалов. 3. Какие жанры журналистики вы знаете? В чем заключаются их особенности? 4. Каким образом можно усилить содержание новости?

Подготовка к зачету

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере получаемых знаний и умений по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента. Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов, ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности

с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.:Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963

2. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама Аспект Пресс 2012 http://www.iprbookshop.ru/9021

6.2. Дополнительная литература

1. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 (online) http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523515

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Terence A. Shimp Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing. Cengage South-Western. 2013

2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004922-9 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=254819

3. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9, 500 экз. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021

4. Азарова Л.В., Ачкасова В.А., Иванова К.А., Кривоносов А.Д., Филатова О.Г. Ситуационный анализ в связях с общественностью. Серия: Учебник для вузов. СПб: Питер, 2009 г.

5. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. Серия: Вузовский учебник, М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2010 г.

6. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2010 г.

7. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И. и др. Интегрированные коммуникации. М.: Академия, 2014

8. Синяева И. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012

9. Федотова Л. Общественное мнение и журналистика. М.: Издательство МГУ, 2011.

10. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование к рекламе, связях с общественностью и журналистике. М.: Дашков и Ко, 2011 г.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

www.biblioclub.ru – университетская библиотека онлайн.

6.6. Иные источники

1. http://www.advertology.ru/ - Лаборатория рекламы.
2. http://www.btl-mag.ru/ - BTL-magazine.
3. http://www.grebennikov.ru/ - Маркетинг и маркетинговые исследования в России.
4. http://www.mediaguide.ru/ - MediaGuide — портал о медиабизнесе для профессионалов.
5. http://www.polittech.ru/ - Энциклопедия массовых психотехнологий.
6. http://www.sovetnik.ru/ - Журнал «Советник».
7. http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp – ЗАО TNS.
8. www.dis.ru - Маркетинг в России и за рубежом.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

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

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери,

соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics - Электронныйсловарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»