

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.12.2021 15:25:58

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.2. Современные PR-технологии

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2020 г.

Рабочая учебная программа дисциплины «Современные PR-технологии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29.06.2017 г. регистрационный № 47220).

Разработчик РПД:

старший преподаватель
(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Д. С. Калинина
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки

(подпись)

В. Н. Еремина

Начальник управления по информатизации

(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»
« 20 » 05 20 20 г., протокол № 9 .

Заведующий кафедрой, д.с.н., доцент
(уч. степень, уч. звание)

(подпись)

С. В. Явон
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела

(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б1.В.ДВ.04.2. Современные PR-технологии

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования ИПК-3.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает: - сущность и содержание основных PR-технологий - специфику и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий - особенности использования PR-технологий в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: - учитывать психологические аспекты применения PR-технологий - разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению PR- технологий в сфере рекламы и связей с общественностью - организовывать программы, проекты и отдельные мероприятия в работе с различными целевыми группами Владеет: - технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу	Знает: - содержание и специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями - системы сбора информации с целью расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации Умеет: - организовывать специальные PR-мероприятия для целевых аудиторий - работать с информацией для решения профессиональных задач Владеет: - навыками использования современных PR-технологий в	06.013 Специалист по информационным ресурсам

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
		практике рекламы и связей с общественностью	

Краткое содержание дисциплины:

Концепция позиционирования.

Имидж и репутация в системе позиционирования.

Брендинг как PR-технология.

Ивент как PR-технология.

PR-технологии продвижения в сети Интернет.

Социальные сети как PR-технология.

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины - освоение обучающимися теоретических знаний о сущности и содержании современных PR-технологий, развитие умений и навыков применения их на практике, формирование способности осуществлять профессиональную деятельность.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования ИПК-3.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает: - сущность и содержание основных PR-технологий - специфику и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий - особенности использования PR-технологий в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: - учитывать психологические аспекты применения PR-технологий - разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению PR- технологий в сфере рекламы и связей с общественностью - организовывать программы, проекты и отдельные мероприятия в работе с различными целевыми группами Владеет: - технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическим и требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу	Знает: - содержание и специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями - системы сбора информации с целью расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации Умеет: - организовывать специальные PR- мероприятия для целевых аудиторий - работать с информацией для решения профессиональных задач Владеет: - навыками использования современных PR-технологий в практике рекламы и связей с общественностью	06.013 Специалист по информационным ресурсам

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

Освоение дисциплины осуществляется в 5 семестре (очная форма обучения).

Дисциплины, на освоении которых базируется данная дисциплина:

- История PR-деятельности и рекламы
- Основы интегрированных коммуникаций в коммерческой сфере

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Создание рекламного продукта
- Основы дипломного проектирования

Основные положения дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **5 з.е. (180 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	84 / -
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	32 / -
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	52 / -
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	96 / -
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	96 / -
Выполнение курсового проекта / курсовой работы	- / -
Контроль (часы на экзамен, зачет)	- / -
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоёмкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 1. Концепция позиционирования	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №1. Концепция позиционирования			6		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий Выполнение индивидуальной работы
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 2. Имидж и репутация в системе позиционирования	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №2. Имидж и репутация в системе позиционирования			8		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий Выполнение индивидуальной работы
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 3. Брендинг как PR-технология	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №3. Брендинг как PR-технология			10		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий Выполнение индивидуальной работы
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 4. Ивент как PR-технология	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №4. Ивент как PR-технология			10		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.						Выполнение индивидуальной работы
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 5. PR-технологии продвижения в сети Интернет	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №5. PR-технологии продвижения в сети Интернет			10		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий Выполнение индивидуальной работы
ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.	Тема 6. Социальные сети как PR-технология	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №6. Социальные сети как PR-технология			8		Семинар-практикум
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение кейс-заданий Выполнение индивидуальной работы
	ИТОГО	32	-	52	96	

Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (технологическая карта)

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение	допускаются все студенты	3	5	15
Презентация	допускаются все студенты	3	5	15
Кейс-задание	допускаются все студенты	6	10	60
Индивидуальная работа	допускаются все студенты	1	10	10
Итого по дисциплине				100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- репродуктивные технологии;
- технологии развивающего обучения;
- практико-ориентированные технологии.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено

числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- выполнение и анализ практических заданий;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС).

Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=328133> (дата обращения: 09.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный.
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068911> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0556-6. - Текст : электронный.
3. Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].— (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920551> (дата обращения: 09.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный.
4. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный.
5. Чумиков, А. Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учеб. для вузов по направлению подгот. (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 343 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Глоссарий. - URL: <https://znanium.com/read?id=348165> (дата обращения: 11.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-013075-0. - 978-5-16-101069-3. - Текст : электронный.
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.
7. Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации : энциклопедия / Д. А. Шевченко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 298 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1428071> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03868-6. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

8. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. : табл. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367327> (дата

- обращения: 13.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003443-0. - 978-5-16-101780-7. - Текст : электронный.
9. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейнз : учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" / М. В. Гундарин. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2007. - 334 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-91134-150-3. - 978-5-16-003152-1 : 134-09;121-88;88-99. - Текст : непосредственный.
 10. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий. - Изд. 3-е, испр. и перераб. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. : ил., табл. - (Учебники для вузов). - ISBN 978-5-7567-0538-6 : 198-71;220-77;167-20. - Текст : непосредственный.
 11. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учеб. пособие для вузов по направлению "Торговое дело" и специальностям "Реклама", "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2020. - 316 с. - (Высшее образование - Бакалавриат. Азбука рекламы). - URL: <https://znanium.com/read?id=354865> (дата обращения: 29.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01236-9. - 978-5-16-100882-9. - Текст : электронный.
 12. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2018. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=372535> (дата обращения: 13.01.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.
 13. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный.
 14. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. для студентов бакалавриата по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 486 с. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://znanium.com/read?id=358566> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный.
 15. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны") : учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Социология" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и образования, Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2017. - 259 с. - Слов. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02257-9. - Текст : электронный.
 16. Шарков, Ф. И. Коммуникология : Энциклопедический словарь-справочник : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К [и др.], 2019. - 766 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358389> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02169-5. - Текст : электронный.
 17. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и соц. отношений, Каф. связей с общественностью. - Москва : Акад. проект ; Екатеринбург : Деловая кн., 2007. - 300 с. - (Gaudeamus. Социология). - Глоссарий. - ISBN 5-8291-0788-0. - 5-88687-175-6 : 103-70;96-03;87-56;96-03. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : сайт. - URL : <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
3. КУБ - электронная библиотека : сайт. - URL : <http://www.koob.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
4. Университетская информационная система РОССИЯ : сайт. - URL : <http://uisrussia.msu.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
7. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (темы докладов/сообщений и презентаций)

Практическое занятие №1. Концепция позиционирования

1. Сущность позиционирования.
2. Принципы и правила позиционирования.
3. Программа позиционирования.

Практическое занятие №2. Имидж и репутация в системе позиционирования

1. Определение имиджа.
2. Определение репутации.
3. Сопоставление имиджевых и репутационных аспектов коммуникационных констант.

Практическое занятие №3. Брендинг как PR-технология

1. Бренд как явление современных рыночных коммуникаций.
2. Ключевые характеристики бренда.
3. Брендинг и ребрендинг.

Практическое занятие №4. Ивент как PR-технология

1. Событие как повод актуализации PR-деятельности.
2. Специальное мероприятие как явление и как услуга.
3. Классификация специальных мероприятий.
4. Организация и проведение специальных мероприятий.

Практическое занятие №5. PR-технологии продвижения в сети Интернет

1. Понятие интернет-представительства.
2. Инструменты и способы продвижения в сети Интернет.
3. Сайт как инструмент продвижения PR-субъекта.

Практическое занятие №6. Социальные сети как PR-технология

1. Определение социальной интернет-сети.
2. Виды социальных сетей.
3. Структура и возможности социальных сетей.

8.1.2. Примерные кейс-задания

1. Разработка стратегии позиционирования гипермаркета.
2. Разработка концепции имиджа коммерческой организации.
3. Создание концепции бренда спортивных товаров.
4. Разработка специального мероприятия.
5. Разработка концепции портала.
6. Разработка макета сайта-визитки.
7. Создание паблика коммерческой организации в социальной сети «ВКонтакте»

8.1.3. Примерные темы индивидуальных работ

1. PR в системе социальных технологий.
2. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.

3. Особенности технологии и технологизации рекламной деятельности и связей с общественностью.
4. Характерные признаки и критерии PR-технологии.
5. Разработка этапов PR- технологий.
6. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий.
7. Системное описание модели PR-технологии.
8. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.
9. PR-технологии в политике.
10. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании.
11. PR-инструменты, используемые для позиционирования партий или политических лидеров.
12. PR-технологии в инвестиционной сфере.
13. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности.
14. Особенность работы представителя связей с общественностью на фондовом рынке.
15. Особенность работы представителя связей с общественностью в реальном секторе экономики.
16. PR-технологии в социальной сфере.
17. Понятие и особенности социальных PR-технологий.
18. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий как PR-технология.
19. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы.
20. Особенности PR-технологий на информационном рынке, этапы взаимодействия с аудиторией.
21. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах.
22. Социальные сети как инструмент PR.
23. Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний.
24. Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг.
25. Специфика PR-деятельности в отраслях производства, торговли.
26. Специфика PR-деятельности в сфере услуг.
27. Специфика PR-деятельности на рынке цифровых услуг и услуг связи.
28. Особенности PR-технологий в сфере науки, образования и культуры.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – зачет: по результатам накопительного рейтинга или компьютерного тестирования (очная форма обучения).

Примерный перечень тестовых заданий

(ПК-3: ИПК-3.1., ИПК-3.2., ИПК-3.3.; ПК-4: ИПК-4.1., ИПК-4.2., ИПК-4.3., ИПК-4.4.)

1. RACE – это:

- а) Технологический цикл кампании
- б) Схема анализа кампании
- в) Реестр номенклатуры

2. Пресс-конференции, пресс-туры, тест-драйвы относятся к:

- а) Деловым мероприятиям
- б) Мероприятиям для СМИ
- в) Благотворительным мероприятиям

3. Технология инвестирования средств базисного субъекта (заказчика) в социально значимые проекты с целью получения отдачи в виде паблицитного капитала – это:

- а) PR-кампания
- б) Тайм-менеджмент
- в) Спонсоринг

4. Технология системного привлечения ресурсов на реализацию социально значимых проектов – это:

- а) Аутсорсинг
- б) Медиация
- в) Фандрайзинг

5. Технологии воздействия на процессы PR-проекта путём кардинальной трансформации коммуникационной среды коллектива исполнителей – это:

- а) Каталитические технологии
- б) Технологии моделирования
- в) Технологии распределения ресурсозатрат

6. Технология создания имиджа (социальной маски) базисного субъекта – это:

- а) Рестайлинг
- б) Брендинг
- в) Имиджмейкинг

7. Технология присвоения идентификационному маркеру (имени, товарному знаку) социального субъекта (персоны, организации) большого количества социально конвертируемых образов (упрощенно – положительных ассоциаций) – это:

- а) Аутсорсинг
- б) Брендинг
- в) Медиация

8. Продвижение интересов социального субъекта в органах власти – это:

- а) Коучинг
- б) Лобби
- в) Тайм-менеджмент

9. Сувениры с символикой мероприятия или брендированной продукцией предназначены для:

- а) сохранения памяти о мероприятии
- б) оправдания бюджета перед заказчиком
- в) подарка представителям СМИ

10. Основная функция фотоотчёта со специального мероприятия:

- а) подтвердить затраты
- б) обеспечить эффект сопричастности
- в) обеспечить иллюстрациями корпоративный сайт

Регламент проведения компьютерного тестирования

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
не менее 100	30	30

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.