

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Амурский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УиНР

[Signature] / А.В. Лейфа

«15» мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника бакалавр

Год набора: 2020

Форма (ы) обучения: очная

Курс 2,3 Семестр 4,5

Экзамен 4,5 семестр

Общая трудоемкость дисциплины 252 (акад. час.), 7 (з.е.)

Составитель Куроедова М.А., доцент, канд. филол. наук
(И.О.Ф., должность, ученое звание)

Факультет филологический

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

2020 г.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики
« 12 » 05 2020 г., протокол № 9
Заведующий кафедрой И.Г. Иващенко / Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

И.А. Чалкина / И.А. Чалкина

(подпись, И.О.Ф.)

« 14 » 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

И.Г. Иващенко / Е.Г. Иващенко

(подпись, И.О.Ф.)

« 12 » 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

О.В. Петрова и.о. директора О.В. Петрова

(подпись, И.О.Ф.)

« 14 » 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр информационных и образовательных технологий

И.Г. Иващенко

(подпись, И.О.Ф.)

« 12 » 05 2020 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины является: получение целостного представления о публичных отношениях; приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой информации.

Задачами дисциплины являются:

- знакомство с современной теорией публичных отношений;
- определение главных задач и функций управления процессом ПР и сферы его применения;
- изучение типологии пиар – текстов;
- изучение организации и проведения ПР-мероприятий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Программа курса «Теория и практика связей с общественностью» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью», относится к дисциплинам базовой части.

Для изучения дисциплины необходимы знания, формируемые у студентов при изучении дисциплин «Современные информационно-коммуникационные технологии», «Профессиональная этика», «Публичные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Данная дисциплина соотносится с изучением профессиональных дисциплин по связям с общественностью и рекламе: «Компьютерные технологии в дизайне рекламы и связях с общественностью», «Маркетинг в профессиональной деятельности», при прохождении «Производственная практика (профессионально-творческая практика)», сформированные компетенции проверяются в ходе Государственной итоговой аттестации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1 _{ОПК-1} Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2 _{ОПК-1} Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Общество и государство	<p>ОПК – 2</p> <p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИД-1_{ОПК-2}</p> <p>Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ИД-2_{ОПК-2}</p> <p>Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>
------------------------	--	---

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 акад. часа, 7 зачетных единиц.

№ п/п	Тема (раздел) Дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость академических часов (в						Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Сущность и содержание публичных отношений	4	2							3	Конспект Терминологический диктант
2	Общественность в сфере связей с общественностью	4	2	2						9	Конспект Собеседование Тест
3	Управление процессом ПР	4	2	2						9	Конспект Собеседование
4	Значение ПР для социально-экономического развития	4	2	2						9	Конспект Собеседование Реферат/доклад
5	Пиар – текст и типология его жанров	4	8	2 8						28	Конспект Собеседование Терминологический диктант Тест
6	Организация мероприятий. Виды ПР-мероприятий	5	2							2	Конспект Собеседование

7	Специальные мероприятия. Планирование и разработка	5	4	8						9	Конспект Собеседование
8	Представительские мероприятия. Планирование и разработка	5	2	8						9	Конспект Собеседование
9	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	5	2	6						4	Конспект Собеседование
10	Активные информационные мероприятия для СМИ	5	2	6						3	Конспект Собеседование
11	Презентационные мероприятия	5	4	6						4	Конспект Собеседование
12	Экзамен 4 семестр 5 семестр						0,3 0,3	35,7 26,7			
	Итого		32	68			0,6	62,7	89		Всего 252 ч.

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, ЛР – лабораторная работа, ИКР – иная контактная работа, КТО – контроль теоретического обучения, КЭ – контроль на экзамене.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Сущность и содержание паблик рилейшнз	Основные понятия паблик рилейшнз. Правила установления и поддержания связей с общественностью. Паблик рилейшнз как особая функция управления. Возникновение ПР как сферы профессиональной деятельности. основополагающие принципы ПР. Практика ПР на Западе. Рынок и направления ПР – деятельности в России. Формы и приемы ПР (паблисити, лоббирование). Роль и место связей с общественностью в современном русском обществе Сущность деятельности служб связей с общественностью. Особенности научного знания о связях с общественностью. Структура научного знания о связях с общественностью
2	Общественность в сфере связей с общественностью	Понятие общественности и ее роль в сфере ПР. Определение целевых и приоритетных групп общественности.
3	Управление процессом ПР	Определение проблемы. Планирование и программирование. Деятельность по реализации программы. Оценка эффективности программы и подведение итогов. Исследование менталитета и ценностей ПР – активности.

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
4	Значение ПР для социально-экономического развития	Цивилизованное лоббирование. Избирательная кампания. Участие в социально – экономическом преобразовании.
5	Пиар – текст и типология его жанров	Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов. Использование СМИ в программах ПР. Классификация способов использования СМИ в ПР: <i>по форме</i> передачи сообщения; <i>по типу</i> СМИ; <i>по функции</i> взаимодействия со СМИ; <i>по форме</i> информации в СМИ; <i>по содержанию</i> сообщений. Информационный мониторинг СМИ. <i>Контролируемая информация:</i> ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт. <i>Виды информации:</i> корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама. Использование СМИ в программах ПР. Рекламы и выставки как главное мероприятие ПР.

5.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Общественность в сфере связей с общественностью	Подходы к определению групп общественности. Внутриорганизационная типология групп общественности. Формула определения приоритетности групп общественности. Лидеры мнений, их роль в PR. Основные виды изучения общественного мнения.
2	Управление процессом ПР	Определение: процесс управления ПР. Этапы моделирования программы ПР-деятельности. Критерии ПР-программы. Принципы эффективной ПР-коммуникации.
3	Значение ПР для социально-экономического развития	Цель ПР-деятельности при достижении взаимопонимания между социальными структурами. Эффект «установления повестки дня». Экономические причины возникновения ПР. Условия демократического общества: наличие свободных СМИ.
4	Пиар – текст и типология его жанров	Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов. Использование СМИ в программах ПР.

		<p>Классификация способов использования СМИ в ПР: по форме передачи сообщения; по типу СМИ; по функции взаимодействия со СМИ; по форме информации в СМИ; по содержанию сообщений.</p> <p>Информационный мониторинг СМИ.</p> <p>Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт.</p> <p>Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.</p> <p>Использование СМИ в программах ПР.</p>
5	Жанровая характеристика корпуса пиар – текстов	<p>Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов.</p> <p>Характеристика жанров первичных пиар – текстов.</p> <p>Оперативно – новостные жанры.</p> <p>Исследовательские жанры. Образно – новостные жанры.</p> <p>Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов, смежных пиар – текстов.</p>
6	Специальные ПР-мероприятия. Планирование и разработка	<p>Подлинные и специальные события.</p> <p>Специальные события и мероприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - для СМИ (пресс-конференции, брифинги, пресс-туры); - для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры); - для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции); - информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы); - развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали, дни
7	Представительские ПР-мероприятия. Планирование и разработка	<p>Виды рабочих мероприятий.</p> <p>Организация и проведение: презентации, конференции.</p> <p>Организация и поведение: круглого стола, делового приема, делового завтрака, благотворительной акции, деловой встречи. Интервью – особый вид деловой встречи.</p> <p>Организация и проведение: пресс-тура, пресс-конференции.</p>
8	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	<p>Цели участия в выставках</p> <p>Задачи участия в ярмарках и выставках</p> <p>Этапы процесса подготовки и участия в</p>

		выставке или ярмарке. Структура: экспозиция, конгрессная часть.
9	Активные информационные PR-мероприятия для СМИ	Способы использования СМИ в мероприятиях пиар Информационный мониторинг СМИ для сбора и анализа информации о деятельности конкурента.
10	Презентационные мероприятия	PR- Виды, цели задачи презентационных мероприятий Планирование и разработка

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в академических часах
1	Сущность и содержание публичных рилейшнз	Чтение и конспектирование спец. литературы. Терминологический диктант	3
2	Общественность в сфере связей с общественностью	Чтение и конспектирование спец. литературы Собеседование Тест	9
3	Управление процессом PR	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование	9
4	Значение PR для социально- экономического развития	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Подготовка реферата/доклада	9
5	Пиар – текст и типология его жанров	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование	28
6	Организация PR- мероприятий. Виды PR-мероприятий	Чтение и конспектирование специальной литературы Подготовка к собеседованию.	2
7	Специальные PR- мероприятия. Планирование и разработка	Чтение и конспектирование специальной литературы Подготовка к собеседованию.	9
8	Представительские PR- мероприятия Планирование и разработка	Чтение и конспектирование специальной литературы. Подготовка к собеседованию.	9
9	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к собеседованию.	4
10	Активные информационные PR-мероприятия для СМИ	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к собеседованию.	3
11	Презентационные PR- мероприятия	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к собеседованию.	4
	ИТОГО		89

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения по данной дисциплине используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

№ п/п	Темы дисциплины	Интерактивная форма
1	Общественность в сфере связей с общественностью	Проблемная лекция
2	Управление процессом ПР	Проблемная лекция
3	Пиар-тест и типология его жанров	Практический тренинг

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к экзамену

Семестр 4

1. Истоки и история развития связей с общественностью.
2. Роль и место ПР в современном обществе.
3. Понятие общественности и ее роль в сфере ПР.
4. Планирование и разработка ПР – кампаний.
5. Проведение организационно – представительских мероприятий.
6. Виды рабочих мероприятий.
7. Значение ПР для социально- экономического развития.
15. Пиар – текст и типология его жанров.
16. Классификация способов использования СМИ в пиар – текстах.
17. Оперативно – новостные жанры пиар – текстов.
18. Исследовательские жанры пиар – текстов.
19. Образно – новостные жанры пиар – текстов.
20. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов.

Семестр 5.

1. Планирование и разработка ПР – кампаний: цели, этапы подготовки и проведения. Выбор оптимального бюджета ПР – кампании. Оценка эффективности.
2. Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий.
3. Значение ПР для социально- экономического развития. Корпоративная социальная ответственность. Категории КСО: предприятие, образование, культура и искусство.
4. Социальные ПР – технологии. Организация и проведение культурно – массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный ПР в сфере культуры.
5. Медиастратегии в политической кампании. Новостные события в политической кампании.
6. Политические ПР и реклама на телевидении. Политические ПР и реклама в прессе.
7. Интернет в политической коммуникации.
8. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени.
9. Церемония открытия (нового бизнеса, становление новой услуги компании): цели, технология подготовки, составление программы и сценария.
10. Презентации и приемы: цели, этапы. Возможный сценарий мероприятий.
11. Конференции: основные виды, этапы проведения. Подготовка организаторами конференции медиа – кит для журналистов.
12. Организация Дней открытых дверей, «Круглых столов».

13. Выставки. Цели экспозиционной деятельности фирмы. Цели посетителей выставки. Принятие решения об экспозиционировании.
14. Методы и операции сбора ПР – данных. Проведение организационно – представительского мероприятия «пресс – тур».
15. Имиджевые стратегии. Особенности, функции, структура и типология имиджей.

9.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

А) литература

1. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью [Электронный ресурс] : модели, технологии, синергетический эффект / Т. Э. Гринберг. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. — 324 с. — 978-5-211-06399-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54633.html>
2. Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Н. Булатова. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — 978-5-8154-0229-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22113.html>
3. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html> (дата обращения: 12.05.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей .
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433656>.
4. Теория и практика связей с общественностью. [Электронный ресурс]: учеб.-метод. материалы для направления подготовки 42.03.01 / АмГУ, ФФ ; сост. М.А. Куроедова. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8160.pdf
5. Организация и проведение ПР-мероприятий. [Электронный ресурс]: Учебно-методические материалы для направления подготовки 42.03.01 / АмГУ, ФФ; сост. М.А. Куроедова. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8162.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы	Краткое описание
Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru	Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу.
Электронная библиотечная система «Юрайт» https://www.biblio-online.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

Программное обеспечение

Операционная система MSWindows 7 Pro, Операционная система MSWindows XP SP3	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3years до 30.06.2019) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года
Операционная система MS Windows 10 Education, Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years до 30.06.2019) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от01 марта 2016 года

в) Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Адрес	Название, краткая характеристика
	https://minobrnauki.gov.ru/	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
	http://fgosvo.ru/	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.
	http://www.edu.ru/index.php	Российское образование. Федеральный портал
	http://window.edu.ru	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
	http://pravo.fso.gov.ru/	Официальный интернет-портал правовой информации Государственная система правовой информации
	https://www.consultant.ru/	База данных законодательства РФ «Консультант Плюс»: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ
	https://scholar.google.ru/	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
	https://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
	https://www.runnet.ru	RUNNet (Russian UNiversity Network) - научно-образовательная телекоммуникационная сеть, обеспечивающая интеграцию с зарубежными научно-образовательными сетями (National Research and Education Networks, NREN) и с Интернет.

№	Адрес	Название, краткая характеристика
	http://www.humanities.edu.ru/	Федеральный портал "Социально-гуманитарное и политологическое образование" -
	http://neicon.ru	Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН)
	http://www.multitran.ru/	Мультитран. Информационная справочная система «Электронные словари»
	http://www.ict.edu.ru/about	Информационно-коммуникационные технологии в образовании - федеральный образовательный портал.
	http://ecsocman.hse.ru	Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал
	http://conflictmanagement.ru/	Московская школа конфликтологии. Сайт для профессионалов-конфликтологов.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно-наглядные пособия (видеоролики с примерами ситуаций, демонстрационные тексты).

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах.

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.