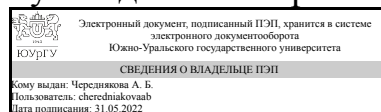


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



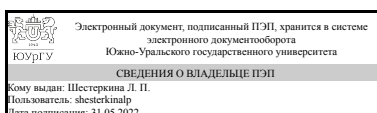
А. Б. Черediaкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.03 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

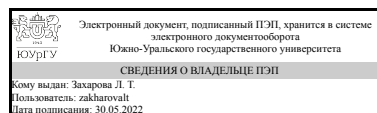
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
доцент



Л. Т. Захарова

1. Цели и задачи дисциплины

Цели: Обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками профессиональной деятельности в отделах по рекламе и связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества. Задачи: - проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; - изучить специфику формирования, организации работы, планирования деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого секторов; - сформировать представление о статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными подразделениями организации; - в систематическом виде изложить студентам основные представления и основополагающие знания в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью, рекламным отделам в коммерческих, некоммерческих, государственных и муниципальных структурах, а также к их сотрудникам.

Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины рассматриваются основные аспекты организации работы отделов рекламы и связей с общественностью, изучаются функции и направления их деятельности, стратегическое планирование в области PR и рекламы, основы бюджетирования и формирования оптимальной структуры отдела, а также использование методов оценки эффективности работы с целевыми аудиториями.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности Умеет: "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур; - оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности " Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.06 Имиджелогия, 1.Ф.07 Корпоративная культура	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.06 Имиджелогия	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.
1.Ф.07 Корпоративная культура	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности., Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям, Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом

	возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Подготовка доклада/реферата	14,25	8.25
Изучение и конспектирование учебных пособий	8,25	8.25
Подготовка к проектной деятельности	6	6
Подготовка к устному выступлению	7,25	7.25
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основные понятия, функции, направления деятельности ОРнСО, нормативно-правовая база, документооборот.	12	8	4	0
2	Виды и структура управления ОРнСО в государственном и коммерческом секторе. Рекламные агентства: основные типы, специализация.	10	4	6	0
3	Оценка эффективности деятельности ОРнСО, профессиональная этика PR-специалиста и стандарты качества.	10	4	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Основные понятия, функции, направления работы ОРнСО.	2
2	1	Нормативно-правовая база организации отделов РнСО. Типовое Положение	2

		о PR-подразделении. Документооборот.	
3	1	Планирование работы ОРнСО. Виды, особенности. Управление проектами.	2
4	1	Формирование бюджета ОРнСО. Основные принципы и подходы. Бюджет как инвестиция.	2
5	2	Рекламные агентства: понятие, типы, функции и особенности	2
6	2	Структура отдела и управление персоналом. Штатные единицы, кадры. Специфика аутсорсинга.	2
7	3	Эффективность работы ОРнСО. Критерии оценки, мониторинг, методы исследований и анализа.	2
8	3	Профессиональные стандарты в работе ОРнСО, этика. Черный PR и информационные войны.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Правовые аспекты в деятельности ОРнСО. Штатное расписание и должностная инструкция.	2
2	1	Бюджетное, календарное и медиапланирование деятельности ОРнСО. Составление технического задания (бриф) на продвижение нового продукта компании.	2
3	2	РА: наиболее успешный опыт рекламной или PR-компании на общероссийском или региональном уровне.	6
4	3	Оценка эффективности работы PR-специалиста в отделе государственной и коммерческой организации. Профессиональные стандарты и кодексы этики. РАСО, АКОО и другие организации.	4
5	3	Создание/поддержание имиджа компании/руководителя как составляющая часть работы ОРнСО. Опыт реализации.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка доклада/реферата	Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник/Евстафьев В.А., Молин А.В. - Москва: Дашков и К, 2016 - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5. Текст электронный - https://e.lanbook.com/book/70661	7	8,25
Изучение и конспектирование учебных пособий	Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд/ учебное пособие для студентов вузов. - Изд. "Аспект Пресс", 2019 - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0819-6. Глава 3. Текст электронный - https://e.lanbook.com/book/97267	7	8,25

Подготовка к проектной деятельности	Болдина К. А. Организация работы отдела по рекламе и связям с общественностью: учебно-методическое пособие. - Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2019 - 29 с. - https://e.lanbook.com/book/144837	7	6
Подготовка доклада/реферата	Пелленен Л.В. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие/ Л.В. Пелленен, А.А. Добрикова. - Челябинск: издательский центр, ЮУрГУ 2013. - 140	7	6
Подготовка к устному выступлению	Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика/ учеб. пособие для студентов вузов. - Изд. "Аспект Пресс", 2010 - 287с. - ISBN 978-5-7567-0585-0 - https://e.lanbook.com/book/68859	7	7,25

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
0	7	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	При получении недостаточного количества баллов по результатам мероприятий текущей аттестации (менее 60%) студент имеет право повысить рейтинг во время процедуры зачета, предполагающей устный ответ на 2 вопроса из списка. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	зачет

						Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. Студент берет билет, содержащий 2 вопроса из списка вопросов к зачету. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета оценивается на "зачтено" - от 24 до 40 баллов, оценка "не зачтено" - неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0-23 балла. Максимальный балл: 40 Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.	
1	7	Текущий контроль	Реферат	1	40	"5" 13-15 баллов: объем - 15-20 стр., библиографический список - 7 источников, использование дополнительных источников - статей, журналов, электр. ресурсов. Тема раскрыта полностью, отсутствие орфографических и грамматических ошибок. "4" 09-12 баллов: объем - менее 15стр., библи. список - до 5 ист., отсутствие доп. источников. Тема в целом раскрыта, допускается 1 орфографическая, 1 грамматическая ошибка. "3" 06-08 баллов: объем - менее 12 стр., библи. список - до 5 ист., отсут. доп. ист. Тема раскрыта не полностью, есть нарушения в логике изложения материала, а также орфогр. и грамматич. ошибки. менее 05 баллов - работа не засчитывается. При оценке работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) соответствие содержания заявленной теме реферата/доклада; 3) умение собирать и анализировать информацию, делать выводы; 4) качество выполнения работы (грамотность письменной и устной речи, оформление, пунктуация); 5) навык публичного выступления.	зачет
2	7	Текущий контроль	Контрольная работа	1	15	"5" 12-15 баллов: дан полный ответ на оба вопроса к.р. (структурная схема состоит из не менее 10 шт.ед.)	зачет

					"4" 09-11 баллов: дан ответ на оба вопроса к.р. (структ. схема - более 5 шт. ед), есть примеры из практики. "3" 06-08 баллов: дан неполный ответ на оба вопроса к.р./дан полный ответ на один из вопросов к.р. (структ. схема менее 5 шт.ед.) При оценке выполнения работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) знание основных терминов и определений; 3) умение выстраивать причинно-следственные связи, излагать свои мысли, делать выводы; 5) навык самостоятельной работы с источниками информации.	
3	7	Текущий контроль	Текущая работа на практическом занятии	1	12-15 баллов - за каждое полное, заранее подготовленное дополнительное задание (устно). 3-5 баллов - за каждый развернутый ответ, данный на любой вопрос в рамках практического занятия (макс 15 баллов). Ограничение - во время практического занятия. При оценке работы на занятии учитываются следующие факторы: 1) активность участия, инициативность, креативность мышления; 2) знание основных терминов и понятий, умение применять их на практике; 3) навык публичного выступления; 4) способность к коллективному творчеству/лидерские способности.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. Студент берет билет, содержащий 2 вопроса из списка вопросов к зачету. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	оценивается на "зачтено" - от 24 до 40 баллов, оценка "не зачтено" - неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0-23 балла. Максимальный балл: 40 Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		0	1	2	3
ПК-5	Знает: Особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности	+	+	+	
ПК-5	Умеет: "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур; - оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности "	+	+	+	+
ПК-5	Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	+			+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.
2. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.
2. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 182, [2] с. ил.
3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 157, [2] с. ил.

4. Пелленен, Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации [Текст] монография Л. В. Пелленен. - Челябинск: Цицеро, 2013. - 139 с. ил.

5. Пелленен, Л. В. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью [Текст] учеб.-метод. комплекс Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2007. - Библиогр.: с. 16 (14 назв.)

6. Студенческий PR-проект [Текст] учеб. пособие Е. П. Соколова и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 86, [1] с. электрон. версия

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Пресс-служба всерос. специализир. журн.: 16+ Издат. дом "Имидж-Медиа" журнал. - М., 2011-2016

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. К.Н. Тендит Организация работы отделов связей с общественностью/ Учебное пособие

2. А.А. Аксёнов Организация работы отделов рекламы/ Учебное пособие

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. К.Н. Тендит Организация работы отделов связей с общественностью/ Учебное пособие

2. А.А. Аксёнов Организация работы отделов рекламы/ Учебное пособие

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Универсальная журналистика: учебник для вузов/под ред. Шестеркиной Л.П. - Издательство "Аспект Пресс", 2016 - 480 с. - ISBN 978-5-7567-0841-7 https://e.lanbook.com/book/9722
2	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Болдина К. А. Организация работы отдела по рекламе и связям с общественностью: Учебно-методическое пособие. - Издательство Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2019 - 29с. https://e.lanbook.com/book/144837

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

4. -Paint.NET(бессрочно)
5. НИУ ЮУрГУ-USB Prog(бессрочно)
6. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ИВИС"-База данных периодических изданий ИВИС(26.02.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	239 (1)	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, колонки
Практические занятия и семинары	239 (1)	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, колонки