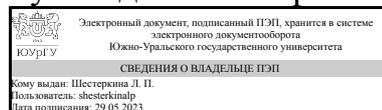


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



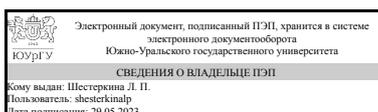
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

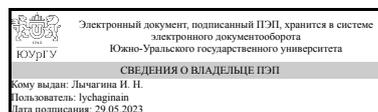
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



И. Н. Лычагина

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.08 Корпоративная культура, 1.Ф.07 Имиджелогия	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.07 Имиджелогия	<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p>
1.Ф.08 Корпоративная культура	<p>Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации., Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям</p> <p>Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития</p>

	корпоративной идентичности., Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12	
Лекции (Л)	4	4	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	89,75	89,75	
Подготовка к практическим занятиям	20	20	
Изучение и конспектирование источника	12	12	
Подготовка к практическим занятиям	10	10	
Подготовка доклада/реферата	12	12	
Изучение и конспектирование источника	8	8	
Подготовка к практическим занятиям	12,25	12.25	
Подготовка доклада/реферата	15,5	15.5	
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25	
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 направления деятельности ОРиСО.. Функции, структура, планирование.	6	2	4	0
2	Оценка эффективности ОРиСО. Этика и профессиональные стандарты.	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Роль и функции ОРиСО в структуре организации. Задачи и принципы работы.	1
2	1	Структура, виды планирования деятельности и формирования бюджета	1

		ОРИСО.	
3	2	Основные инструменты и параметры эффективности деятельности ОРИСО. Специфика работы аналитического и творческого блока.	1
4	2	Профстандарты, управленческие и этические нормы работы ОРИСО. Профессиональные сообщества.	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Правовые основы деятельности ОРИСО. Структура управления отделами. Должностная инструкция сотрудника.	2
2	1	Формирование бюджета. Рассчитать затраты на осуществление деятельности ОРИСО в течение года и/или проведение рекламной/PR-кампании.	2
3	2	Рекламные агентства: виды, специализация, формы взаимодействия. Преимущества и недостатки.	2
4	2	Этика и нормы построения отношений ОРИСО с целевыми аудиториями. Профессиональные объединения: задачи, функции. Привести примеры.	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 к практическим занятиям	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	20
Изучение и конспектирование источника	Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд/ учебное пособие для студентов вузов. - Изд. "Аспект Пресс", 2019 - 159 с. - ISBN978-5-7567-0819-6. Глава 3. Текст электронный - https://e.lanbook.com/book/97267	7	12
Подготовка к практическим занятиям	Пелленен, Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации [Текст] монография Л. В. Пелленен. - Челябинск: Цицеро, 2013. - 139 с. ил	7	10
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. – 140с.	7	12

Изучение и конспектирование источника	Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462,	7	8
Подготовка к практическим занятиям	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/1448377	7	12,25
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	15,5

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	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Доклад/реферат	1	25	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. "5" 23-25 баллов: объем - 20 стр. и более, библиографический список - 10-7 источников, использование дополнительных источников - статей, журналов, электр. ресурсов. Тема раскрыта полностью, отсутствие орфографических и грамматических ошибок. "4" 19-22 баллов: объем - менее 20 стр., библиографический список - до 7 ист., отсутствие доп. источников. Тема в целом раскрыта, допускается 1 орфографическая, 1 грамматическая ошибка. "3" 16-18 баллов: объем - менее 12 стр., библиографический список - до 5 ист., отсут. доп. ист. Тема раскрыта не полностью, есть нарушения в логике изложения материала, а также орфогр. и грамматич. ошибки. менее 15 баллов - работа возвращается на	зачет

						доработку. При оценке выполнения работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность ее представления; 2) соответствие содержания заявленной теме, знание и применение основных терминов; 3) умение искать источники, вести отбор и анализировать полученную информацию; 4) навыки письменной речи (грамотность, орфография, пунктуация, словарный запас); 5) внешний вид и качество выполнения работы.	
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.) "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) знание основных терминов и понятий; 2) умение излагать мысли в письменной форме; 3) навыки грамотной речи, соблюдение правил орфографии и пунктуация, используемый словарный запас; 4) способность анализировать и сопоставлять информацию, делать выводы; 5) внешний вид и качество работы.	зачет
3	7	Текущий контроль	Работа на практическом занятии	1	15	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. 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,	зачет

						умение применять их на практике; 3) навык публичного выступления и ораторского мастерства; 4) способность к коллективному творчеству/лидерские способности.	
4	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 ответа дается 30 минут.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>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).</p> <p>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</p> <p>Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
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] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.
3. 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. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.
2. Пелленен, Л. В. PR в сфере промышленности [Текст] учеб. пособие по специальности 030602 "Связи с общественностью" Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск: Цицеро, 2012. - 245 с. ил.

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

Не предусмотрены

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	Дополнительная литература	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 http://www.e.lanbook.com/book/144837
2	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/97227

Перечень используемого программного обеспечения:

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

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Не предусмотрено