МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и международных отношений

(наименование института / факультета)

(подпись) О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

« 30 » августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR В РЕКЛАМЕ

Уровень основной профессиональной образовательной программы: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев

Факультет (институт) истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2019

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «PR в рекламе» являются формирование профессиональных компетенций у студентов для формирования представления о связях с общественностью как деятельности, регулирующей общественные процессы, как средства, разрешающего или корректирующего социальные, политические, экономические ситуации, о PR и рекламе как взаимодополняющих элементах коммуникационной политики.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 PR в рекламе относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины*:*

Введение в коммуникационные специальности
Теория и практика рекламы
Теория и практика связей с общественностью

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:
Разработка и технологии производства рекламного продукта
Организация и проведение коммуникационных кампаний
Мировой рекламный рынок

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающих профессиональных (ПКВ) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПКВ-1 Способен осуществлять управление, организацию коммуникационных кампаний по производству и выпуску рекламных и PR-продуктов.	ПКВ-1.1. Осуществляет управление и организацию деятельности рекламных и PR-служб в соответствии с методами разработки рекламной и PR-стратегий кампании;	Теоретические основы разработки путей и средств в принятии необходимых решений. Методы разработки рекламной и PR-стратегии кампании. Методы внутренних и внешних PR	Находить общий язык с разными целевыми аудиториями, внутренней и внешней общественностью при выстраивании коммуникационной политики	Навыками выбора средств управления и организации деятельности рекламных и PR-служб
		ПКВ-1.2. Осуществляет планирование рекламных и PR-кампаний в соответствии с принципами разработки этапов плана рекламных и PR-кампаний по подготовке к выпуску и распространению рекламной и PR-продукции;	Организацию и подготовку к выпуску рекламной и PR-продукции, методы распространения рекламной и PR-продукции.	Организовывать этапы планирования мероприятий по подготовке к выпуску и распространению рекламной и PR-продукции	Приемами продвижения рекламного и PR-продукта с помощью интегрированных коммуникаций
		ПКВ-1.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные	Специфику современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов	Применяет информационно-коммуникационные технологии при анализе рекламной и PR-продукции	Навыками выбора соответствующих информационно-коммуникационных технологий и специализированных

		программные продукты.	рекламной и PR-продукции		программных продуктов при работе с рекламной и PR- продукцией

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов		Семестры							
			№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8	№ 9
			часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		14	-	-	-	-	14	-	-	-	-
В том числе:											
Лекции (Л)		6					6				
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		8					8				
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)											
2. Самостоятельная работа студента (всего)		90					90				
В том числе		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
СРС в семестре:											
Курсовая работа											
Другие виды СРС:		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию		18					18				
Подготовка практического задания		24					24				
Подготовка докладов к семинарам		24					24				
Подготовка к зачету		24					24				
СРС в период сессии											
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет 4					зачет 4				
	экзамен (Э)										
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108					108				
	зач. ед.	3					3				

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах

1	2	3	4
5	1	Раздел I. PR – сущность и содержание	Понятие PR. Определения PR. Принципы и функции PR. Воздействие средств коммуникации на процесс становления и развития PR. Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента. PR в системе антикризисного управления. PR и пропаганда. Паблисити. Специфика содержания и функций PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития PR как профессии и отрасли бизнеса. Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике. Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста в области PR, профессиональные требования к специалисту
5	2	Раздел II. PR-кампании и их особенности	Отношения со средствами массовой информации ("Media relations"). Пресс-конференция и брифинги. Пресс-туры. Тематические семинары. Тематические пресс-завтраки и "круглые столы". Тренинги на эффективные взаимоотношения со СМИ. Мониторинг и анализ тематических материалов в СМИ. Информационные кампании в СМИ. Конкурсы среди журналистов. Совместные акции со СМИ на эксклюзивной основе. Открытие и ведение специализированных рубрик в СМИ. Создание и обновление баз данных целевых СМИ. Специальные и promotion PR-мероприятия. Презентации. Выставки и ярмарки. Фестивали, конкурсы, викторины, соревнования, лотереи. Профессиональные семинары и "work-shops". Научные форумы и симпозиумы. Спонсорские и благотворительные акции. Сэмилинг (sampling). Дегустации и тесты продукции. Организация и управление работой "горячих линий" для потребителей. Интерактивное голосование. Прямая почтовая рассылка. Массовые культурно-развлекательные программы.

2.2. Перечень лабораторных работа, примерная тематика курсовых работа. Не предусмотрены учебным планом

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 90 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;
-подготовка практического задания;

- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
(*см. Фонд оценочных средств*)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине
Рейтинговая система для дисциплины не используется

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	**Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год**
1.	Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 14.03.2019).
2.	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 454 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546 (дата обращения: 14.03.2019).
3.	Поляков, В.А. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432 (дата обращения: 14.03.2019).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	**Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год**
1.	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093 (дата обращения: 14.03.2019).
2.	Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Режим доступа:

	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716 (дата обращения: 14.03.2019).
3.	Студеникин Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 384 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189 (дата обращения: 14.03.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-1440-0. – Текст : электронный.
4.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 14.03.2019).

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://www.book.ru (дата обращения: 14.03.2019).

2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: https://dlib.eastview.com (дата обращения: 14.03.2019).

3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: http://e-learn2.rsu. edu.ru/moodle2 (дата обращения: 14.03.2019).

4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://znanium.com (дата обращения: 14.03.2019).

5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://dspace.rsu.edu.ru/ xmlui/handle/123456789/3 (дата обращения: 14.03.2019).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 14.03.2019).

7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: http://diss.rsl.ru (дата обращения: 14.03.2019).

5.4.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.consultant.ru/, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
4. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.raso.ru//, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
5. Сайт по рекламе – URL: http://www.adme.ru, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.sovetnik.ru/, свободный (дата обращения: 14.03.2019).

5.4 Периодические издания

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/, свободный (дата обращения: 14.03.2019).
2. Журнал PR в России - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.prjournal.ru/свободный (дата обращения: 14.03.2019).

3. Журнал Эффективное антикризисное управление - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://info.e-c-m.ru/, свободный (дата обращения: 14.03.2019).

6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.

	Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА (указывается при наличии):

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО

9.Иные сведения