Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR в деятельности организации

(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Протокол Ученого советом Института от 31 мая 2022 года (протокол № 17)

Москва 2022

Разработчик (и):

Жукова А.Г., к.ф.н., доцент, зав.кафедрой русской словесности и межкультурной коммуникации Гос. ИРЯ им. АС Пушкина

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена для исполнения с 2023/2024 учебного года на заседании кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации 30 августа 2023 года (протокол № 1).

1. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование и развитие компетенций профессиональной работы в области интегрированных коммуникаций и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, дисциплина «PR в деятельности организации» входит в состав дисциплин по выбору в части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.01.02).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	владеть
ПК-1. Способен транслировать правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности, организовывать и координировать работу по производству медиатекстов и медиапродуктов с учетом этих норм и запросов аудитории	ПК-1.1. Оценивает медиатексты и медиапродукты с точки зрения правовых и этических норм, стандартов речевой культуры, обеспечивает соблюдение этих стандартов ПК-1.2. Способен организовывать и координировать работу по производству медиатекстов и медиапродуктов, осуществлять обратную связь с аудиторией	Знать основные понятия сферы PR, разновидности PR, назначение, задачи PR, правовые и корпоративные требования к PR-деятельности, особенности применения PR в организации, содержание, порядок исполнения обязательств в PR; технологии взаимодействия со СМИ	Уметь применять методики анализа PR-кампаний, способы построения, планирования и реализации PR-кампаний, составления коммуникационных программ	Владеть навыками составления коммуникационных программ в рамках кейсов; навыками формулирования идей для PR-кампаний
ПК-3. Способен подготовить и опубликовать материал на актуальную тему на информационном ресурсе	ПК-3.1. Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, определяет круг проблем, которые необходимо осветить в медиатексте/медиапродукте, собирает и анализирует необходимую информацию для подготовки материала ПК-3.2. Создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов	Знать требования к техническому заданию коммуникационного проекта как вида документа	Уметь разрабатывать техническое задание, проектировать коммуникационные программы	Владеть навыками постановки задач и определения KPI для коммуникационнвх проектов, внутренних и внешних владеть навыками анализа и подготовки информационных и продвигающих материалов

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	3 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2 з.е.
Количество часов по учебному плану (час.)	72 ч.
Контактная работа (всего)	24
в том числе в форме практической подготовки	
В том числе:	
Лекции	8
Практические занятия	16
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	46
Форма промежуточной аттестации – зачет	2

4. 2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них			Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы			
	Очная форма						
Тема 1. Введение в PR. Определение PR. Задачи, функции деятельности по связям с общественностью. Внешний и внутренний (корпоративный) PR.	2	**2**					УО
Тема 2. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. PR в коммуникационной системе маркетинга. Цели и направленность мероприятий PR. Модели коммуникации и способы их реализации. Принципы public relations. Функции PR. Пропаганда и PR. Реклама и PR. Субъекты и объекты PR. Укрепление репутации организации с помощью средств PR. Целевые группы и контактные аудитории. Особенности взаимодействия с аудиторией. Роль PR в формировании культуры бизнеса. Базовые ценности и «символы» корпорации. Подразделение по связям с общественностью в структуре организации: функции, задачи, структура.	24	4	4		16		УО, Д
Тема 3. Средства PR-коммуникации и виды PR-текстов. Контролируемые и неконтролируемые средства PR-коммуникации. Неконтролируемые средства: Пресс-релизы для	20		4		16		УО, ПДР, Т

всех видов СМИ. Статьи, очерки. Фотоматериалы. Пресс-конференции. Интервью и личные выступления. Специальные программы для радио и телевидения. Репортажи с места событий. Опровержения (ответы на обвинения) и т.д. Контролируемые средства: а) печатные (корпоративные СМИ, брошюры, информационные материалы; справочники, пособия, книги; письма, бюллетени; доски объявлений, плакаты и т.д.); б) аудиовизуальные: фильмы о работе организации; стендовые презентации материалов и т.д.; в) средства межличностного общения: официальные речи, лекции и семинары; «круглые столы» и т.д.; г) средства PR-рекламирования: обращения к общественности, заявления относительно позиции по определенным спорным вопросам; внешнее оформление: афиши, вывески, логотипы, символика и т.д.							
Тема 4. Организация работы PR-служб. Виды PR-кампаний. Основные этапы организации PR-кампаний. Управление PR технологиями и формами PR. Основные направления работы специалистов службы PR. Организационные формы управления PR: пресс-центры, центры общественных связей, информационные агентства и пресс-секретари. Планирование PR. Стратегический подход. Бюджет PR. Планирование и организация проведения PR - кампании. Оценка эффективности. Паблисити. Выбор стратегии в паблисити и требования, предъявляемые к его организации.	24	2	8		14		УО, К, КР

Арсенал средств в формировании корпоративного имиджа. Необходимость специальных событий для компании и их организация. PR в управление кризисом и возможностями. Special event: виды и методика организации. Интернет-PR и использование соцсетей.							
Форма промежуточной аттестации – *зачет*	2					2	
Итого	72	8	16		46	2	

Примечание:

Условные обозначения форм контроля: УО – устный опрос, К – кейс, ПДР – письменная домашняя работа, КР – контрольная работа, Т – тест, Д-доклад

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «PR в деятельности организации» применяются следующие образовательные технологии:

1. интерактивные лекции;
2. практические занятия;
3. информационно-коммуникационные технологии;
4. кейс-технологии;

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

1. тестирование;
2. подготовку докладов и презентаций;
3. ПОЗ (кейсы);
4. разработку коммуникационных программ;
5. работу с учебной литературой.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

6.1. Список учебной литературы

Основная литература

1.Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520599

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511939

Дополнительная литература

1. Чернышева, Т. Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 140 с. — ISBN 978-5-7782-2163-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/45013.html

2. Богданов, В. В. Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз: учебное пособие / В. В. Богданов, И. М. Комарова. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 59 с. — ISBN 978-5-7782-1675-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/45040.html

6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
1	*2*	*3*
Информационно-справочные системы		
Библиографические базы данных по общественным наукам ИНИОН	http://inion.ru/	Свободный доступ

mediascope.net	mediascope.net	Свободный доступ
Электронно-библиотечные системы		
ЭБС «ИНФРА–М»	http://znanium.com	Свободный доступ
Образовательная платформа Юрайт.	https://urait.ru	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Электронно-библиотечная система IPR SMART	http://www.iprbookshop.ru/	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Научная электронная библиотека РИНЦ	https://elibrary.ru/	Свободный доступ
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	https://cyberleninka.ru/	Свободный доступ
Профессиональные базы данных		
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех	http://gramota.ru/	Свободный доступ

-

6.3. Содержание самостоятельной работы

1. Введение в PR

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Охарактеризуйте сущность, роль и значение PR. В чем особенности PR как системы установления связей с общественностью?
2. Охарактеризуйте место PR в становлении общества глобальной информации, в регулировании социально-экономических отношений.
3. Охарактеризуйте PR как коммуникационный менеджмент, средство влияния на выработку стратегии и политики.
4. В чем вы видите различия и сходства внутреннего и внешнего PR?

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте проект профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанный РАСО, выделить его основные понятия и принципы.

2. Ознакомьтесь с содержанием основных профессиональных кодексов в сфере связей с общественностью: Кодекс профессионального поведения Международной Ассоциации по связям с общественностью (Кодекс IPRA), Афинский кодекс Международной ассоциации по связям с общественностью (Афинский кодекс), Кодекс профессионального поведения британского института PR (Кодекс IPR), Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс), Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (Кодекс РАСО).Проведите сравнительный анализ указанных кодексов.

2. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Определите место PR в коммуникационной системе маркетинга.
2. Охарактеризуйте принципы public relations.
3. Назовите функции PR.
4. Охарактеризуйте соотношение пропаганды и PR, рекламы и PR.
5. Охарактеризуйте субъекты и объекты PR.
6. Охарактеризуйте понятие целевых групп и контактных аудиторий.
7. Охарактеризуйте особенности взаимодействия с аудиторией.
8. Определите роль PR в формировании культуры организации.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте сообщение о российском digital -агентстве, раскрывая следующие аспекты: 1. История агентства 2. Наиболее значимые клиенты, кампании (проекты) 3. Достижения (позиции в рейтингах, награды) 4. Структура 5. Функции основных профильных сотрудников

2. Подготовьте доклад «Портрет PR-специалиста» и оформите его в виде реферата (тематику и требования к оформлению см. в п. 7.1.1).

3. Средства PR-коммуникации и виды PR-текстов

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Охарактеризуйте контролируемые средства PR-коммуникации.
2. Охарактеризуйте неконтролируемые средства PR-коммуникации.
3. Определите специфику пресс-релиза как основного документа по связям со СМИ.

4. Охарактеризуйте такое средство PR-рекламирования, как внешнее оформление (корпоративный стиль).

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте корпоративный стиль как средство PR любой российской корпорации по вашему выбору.
2. Проанализируйте корпоративный стиль вашего вуза.
3. Создайте пресс-релиз по любому выбранному вами мероприятию вашего вуза.

4. Организация работы PR-служб. Виды PR-кампаний. Основные этапы организации PR-кампаний

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Какие направления работы специалистов службы PR вы знаете?
2. Охарактеризуйте организационные формы управления PR
3. Что входит в понятие планирования PR-кампаний? Что такое стратегический подход в PR-планировании?
4. Как проводится оценка эффективности. PR-кампаний.
5. Охарактеризуйте понятие паблисити.
6. Охарактеризуйте средства формирования корпоративного имиджа.
7. Обоснуйте необходимость специальных событий для компании и особенности их организации.
8. Охарактеризуйте особенности PR в соцсетях.
9. Охарактеризуйте этапы PR-кампании и требования к коммуникационной программе.

Задания для самостоятельной работы:

1. Приведите примеры удачных/неудачных рекламных кампаний в различных рыночных сегментах (продукты питания, косметика, бытовая техника, услуги сотовой связи и мн.др.) и охарактеризуйте их. Определите причины их эффективности/неэффективности.
2. Проанализируйте известные рекламные и PR-кампании с точки зрения критериев подбора амбассадоров, евангелистов, инфлюенсеров и рекламных «лиц» бренда.
3. Подготовьте план реализации антикризисной PR-кампании крупной торговой организации.
4. Выполните составление коммуникационных программ по предложенным кейсам.

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Требования к структуре и содержанию доклада:

1) титульный лист;
2) план работы с указанием страниц каждого пункта;
3) введение;
4) текстовое изложение материала с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
5) заключение;
6) список использованной литературы;
7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть).
8) демонстрационные материалы в форме презентации.
9) объем – не менее 10 стр., 14 шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, выравнивание по ширине, абзацный отступ 1,25.

Критерии оценки доклада

Критерии	Показатели
Полнота раскрытия темы	Тема раскрыта полно и всесторонне, докладчик делает самостоятельные выводы по теме 4 балла Тема раскрыта не полностью 3 балла Тема раскрыта не полностью, самостоятельные выводы отсутствуют 2 балла Тема раскрыта слабо и односторонне 1 балл
Иллюстративный материал	Презентация содержательно точно и информативно дополняет устный рассказ 3 балла Презентация содержательно недостаточно дополняет устный рассказ 2 балла Презентация полностью повторяет устный доклад 1 балл Презентация отсутствует 0 баллов
Качества устной презентации содержания доклада	Речь разнообразна и правильна, грамматические и орфоэпические ошибки отсутствуют, докладчик преимущественно рассказывает, а не читает текст доклада 3 балла

	Допущены незначительные грамматические /орфоэпические недочеты 2 балла Речь бедна, докладчик пользуется однотипными грамматическими конструкциями 1 балл

Шкала оценивания доклада (в баллах): 1-10

Тематика докладов:

1. Портрет PR-специалиста: медиабайер
2. Портрет PR-специалиста: бренд-менеджер
3. Портрет PR-специалиста: медиапланер
4. Портрет PR-специалиста: креативный директор
5. Портрет PR-специалиста: директор но стратегическому планированию
6. Портрет PR-специалиста: аккаунт-менеджер
7. Портрет PR-специалиста: трафик-менеджер
8. Портрет PR-специалиста: копирайтер
9. Портрет PR-специалиста: Community Manager
10. Портрет PR-специалиста: Digital Producer
11. Портрет PR-специалиста: дизайнер
12. Портрет PR-специалиста: менеджер проекта
13. Портрет PR-специалиста: арт-директор
14. Портрет PR-специалиста: UX \ UI дизайнер
15. Портрет PR-специалиста: контент-менеджер
16. Портрет PR-специалиста: интернет-маркетолог
17. Портрет PR-специалиста: SEO-специалист
18. Портрет PR-специалиста: SMM-специалист
19. Портрет PR-специалиста: Event-менеджер
20. Портрет PR-специалиста: тренд-вотчер

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Данный вид работы не предусмотрен.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Требования к структуре и содержанию реферата:

1) титульный лист;
2) план работы с указанием страниц каждого пункта;
3) введение;
4) текстовое изложение материала с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
5) заключение;
6) список использованной литературы;

7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть).

8) демонстрационные материалы в форме презентации.

9) объем реферата – не менее 10 стр., 14 шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, выравнивание по ширине, абзацный отступ 1,25.

Критерии оценки реферата

Критерии	Показатели	Максимальный балл
Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.	2
Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы;	3
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме	2
Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - соблюдение требований к оформлению и объему реферата.	1
Грамотность, использование литературы на иностранных языках	-разнообразие и характер использования литературы на иностранных языках; - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - литературный стиль.	2
		Итого: 10 баллов

Шкала оценивания реферата (в баллах): 1-10

Примерная тематика рефератов:

1. Портрет PR-специалиста: медиабайер
2. Портрет PR-специалиста: бренд-менеджер
3. Портрет PR-специалиста: медиапланер
4. Портрет PR-специалиста: креативный директор
5. Портрет PR-специалиста: директор но стратегическому планированию
6. Портрет PR-специалиста: аккаунт-менеджер
7. Портрет PR-специалиста: трафик-менеджер

8. Портрет PR-специалиста: копирайтер
9. Портрет PR-специалиста: Community Manager
10. Портрет PR-специалиста: Digital Producer
11. Портрет PR-специалиста: дизайнер
12. Портрет PR-специалиста: менеджер проекта
13. Портрет PR-специалиста: арт-директор
14. Портрет PR-специалиста: UX \ UI дизайнер
15. Портрет PR-специалиста: контент-менеджер
16. Портрет PR-специалиста: интернет-маркетолог
17. Портрет PR-специалиста: SEO-специалист
18. Портрет PR-специалиста: SMM-специалист
19. Портрет PR-специалиста: Event-менеджер
20. Портрет PR-специалиста: тренд-вотчер

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Контрольная работа № 1 (итоговая)
Контрольная работа предполагает составление плана PR-программы для вуза.

Критерии оценки контрольной работы

Критерии	Показатели
Оформление контрольной работы	- соблюдение требований к оформлению письменной работы; - грамотность: отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей.
Степень раскрытия поставленных вопросов и заданий	- структура ответа; - краткость и четкость ответа; - правильность ответа; - владение материалом и умение выбрать из него то, что требует ответ на вопрос.

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы к тесту № 1

Выберите правильные ответы (1 или более)

1. PR-это использование информации для влияния на:

1. общественное мнение;
2. государственные органы власти;
3. средства массовой информации;
4. покупателей.

2. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

1. информация;
2. законодательные акты;
3. коммерческие организации;

4. все перечисленное.

3. Кем впервые официально был использован термин «Паблик Рилейшнз»?

- 1. Деном Форрестолом;
- 2. Томасом Джефферсоном
- 3. Джоржем Бушем младшим;
- 4. Семом Блейком.

4. Что является главной целью PR?

- 1. изменение общественного мнения;
- 2. повышение уровня продаж;
- 3. доведение информации до потребителей;
- 4. повышение рейтинга компании.

5. Объектом PR является:

1. средства массовой информации;
2. общественность;
3. информация;
4. общественное мнение.

Тест включает 20 заданий с единичным и множественным выбором ответа. Каждое правильно выполненное задание оценивается в 1 балл. Максимальный балл за тест – 20 баллов.

Менее 10 б - неудовлетворительно

11-14 б - удовлетворительно

15-17 б – хорошо

18-20 б - отлично

7.1.6. Требования к выполнению проектов (кейсы)

Примерные кейсы

Кейс №1

1. Место расположения объекта: Центральная Россия, промышленный город Металлургинск (условное название) численностью населения около 85.000 человек.

2. Название объекта: Комбинат

3. Общая идеология объекта: создание программ и/или коммуникационных кампаний по организационной и экологической поддержке (со стороны персонала Комбината, населения города и особенно – городских властей) инициатив собственников Комбината, связанных с минимизацией экологического и социального вреда от деятельности Комбината.

4. Описание объекта:

- Металлургический Комбинат численностью сотрудников около 10.000 человек.
- Комбинат – градообразующее предприятие (очень заметное и важное для региона), крупный налогоплательщик.
- Комбинат – относительно экологически «чистое» предприятие (технология бездоменной металлургии).

Но, тем не менее, отходы его производства (так называемые «отвалы» из многократно и разными технологическими способами переработанной железной руды) в виде высоких техногенных гор много лет скапливались на прилегающей территории.

Из-за своей визуальной заметности эти горы («отвалы») стали предметом экологических опасений населения Металлургинска и большой части персонала Комбината.

5. Целевые аудитории (ЦА) коммуникационных программ и/или кампаний:

- Руководство и общественные организации города Металлургинска,
- Персонал Комбината,
- Средства массовой информации и коммуникации,
- Блогеры

6. Техническое задание на создание коммуникационных программ и/или кампаний:

6.1. Тематическая цитата (выдержка из аудиторного исследования персонала Комбината): «Наше предприятие создало такую инфраструктуру, к которой мы не можем быть молодцами. Это означает, то инфраструктурно мы однозначно неправы».

6.2. Общая задача: «нормализовать» развитие зоны производственных отходов Комбината.

6.3. Создать не менее трёх вариантов комплексных коммуникационных программ и/или кампаний, и/или инициатив по «сглаживанию», «смягчению» или полному снятию (в кратковременной или среднесрочной перспективе) экологических опасений населения и связанных с этим социальных рисков в городе Металлургинске (в целом) и на Комбинате (в частности).

Плановый бюджет: до 10.000 евро за каждый вариант/акцию. Длительность каждой комплексной акции – до 90 дней.

Привлечение в рамках этих программ дополнительных возможностей экологических активистов, экологических экспертов, урбанистов, инженеров-градостроителей и волонтёров (в том числе, корпоративных) и других специалистов – одобряется.

6.4. Продумать варианты (не менее 10) создания различных групп общественной поддержки, которые могли бы стать основой или частью новой коммуникационной программы по продвижению экологических инициатив Комбината.

6.5. Продумать комплекс слоганов и девизов (не менее 5, на русском языке) для использования в программах коммуникационного продвижения проекта.

6.6. Продумать комплекс из не менее 7 тезисов, словесно подтверждающих и/или развивающих общую идеологию проекта (эссе, краткие питчи до 6 предложений не более 7 слов каждое).

Критерии оценки проекта (решения кейса):
Техническое задание на создание коммуникационной программы (п.6), разработка коммуникационной программы в соответствии с техническим заданием.
Максимальный балл 12 б
При наличии ошибок, сомнительных решений, противоречий, лакун – за каждое снимается 1 балл.

7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

7.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

В Институте используется балльно-рейтинговая система оценивания уровня знаний обучающихся (далее – БРС). При БРС оценивание уровня знаний обучающихся осуществляется по 100-балльной и 5-балльной шкалах.

Перевод 100-балльной системы оценивания уровня знаний обучающихся в 5-балльную систему оценивания проводится по следующим соответствиям:

0 - 50 баллов = «неудовлетворительно», «не зачтено»

51 - 70 баллов = «удовлетворительно», «зачтено»

71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»

86 -100 баллов = «отлично», «зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, набравшие не менее 51 балла в ходе проведения текущего контроля успеваемости. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме,

предложенной преподавателем и представленной в настоящей рабочей программе дисциплины в разделе самостоятельная работа.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

Результаты обучения оцениваются: «зачтено» / «не зачтено»

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Сущность и содержание общественного мнения в PR. Что понимается под авторитетом общественного мнения?

2. С какой целью разрабатываются PR-кампании? Какие этапы являются основными при ее проведении?

4. Каковы основные задачи коммерческих PR? Какова роль рекламы в коммерческих PR?

5. Почему слух – понятие, с которым работают PR-профессионалы?

6. Каковы функции специалистов по отношению с государством? Где работают такие специалисты?

7. Какие профессиональные PR-агентства Вы знаете? В чем они специализируются?

8. История-легенда, название и слоган, фирменный стиль в корпоративном имидже.

9. Как работать со стереотипами и мифами?

11. Что такое целевая аудитория? Почему это понятие так важно для PR?

12. Что такое «лоббирование»? Что входит в понятие цивилизованного лоббирования?

13. Что такое кодекс профессионального поведения и этики? Почему в PR поднимаются вопросы этики? Какие правила устанавливаются кодексом?

14. Специфика корпоративного имиджа. Миссия, видение, корпоративная философия.

15. Каковы критерии выбора между созданием в организации собственной службы PR и привлечением консультационного агентства?

.

7.2.3. Примерное задание к зачету:

Не предусмотрено

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	0 - 50 баллов	51 - 70 баллов	71 - 85 баллов	86 -100 баллов

Сформированность знаний (знать)	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
Сформированность умений (уметь)	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
Сформированность навыков (владеть)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрирован минимальный набор навыков. Решены стандартные задачи с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки. Решены стандартные задачи, но некоторые с недочетами.	Продемонстрировано всестороннее владение навыками. Задачи, в том числе нестандартные, решены без ошибок и недочетов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа поточная аудитория на 100 посадочных мест укомплектовано: специализированной мебелью посадочные места, столы, доска, компьютер, интерактивная доска,

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

Приложение 1
к рабочей программе дисциплины

Филологический факультет
КАФЕДРА русской словесности и межкультурной коммуникации

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

_____ PR в деятельности организации_____

Курс - 2, семестр - 3
Уровень образования: магистратура
Направление 42.04.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) Медиакоммуникации в профессиональной сфере
Трудоемкость дисциплины (з.е.) 2 з.е.
Форма промежуточной аттестации: зачет

Смежные дисциплины по учебному плану:						
ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ (проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Введение в PR	Входной тест	2	5			
Итого: 5						

БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Раздел 1. Введение в PR	Устный опрос	0	5			

2.PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Раздел 2. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	Устный опрос			Доклад-презентация	0	10
Раздел 3. Средства PR-коммуникации и виды PR-текстов.	Устный опрос			Письменные домашние работы (2 шт.) Тест по разделам 1-3	0 0	10 20
Раздел 4. Организация работы PR-служб. Виды PR-кампаний. Основные этапы организации PR-кампаний.	Устный опрос	0	5	Кейсы (2 шт.)	0	20
Промежуточная аттестация	Экзамен		15			
Итого:			**85**			

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Все темы				Самостоятельный анализ корпоративного сайта любой образовательной организации по выбору студента	0	10
Итого: 10						

Необходимый минимум для допуска к промежуточной аттестации — 51 балл.