|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации | | |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение | | |
| высшего образования | | |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина | | |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» | | |
|  | | |
| Институт | социальной инженерии |
| Кафедра | социологии и рекламных коммуникаций |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | |
| **Организация и проведение PR-кампаний** | | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в социокультурной сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» основной профессиональной образовательной программы высшего образования*,* рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 1 от 26.08.2021 г. | | | |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: | | | |
|  | Ст. преподаватель | В.А. Хрусловский | |
| Заведующий кафедрой: | | Е.Г. Карпова |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Организация и проведение PR-кампаний» изучается в пятом семестре.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации:

зачет с оценкой

* + - 1. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП
      2. Учебная дисциплина относится к обязательной части.
      3. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
    - Теория и практика массовой информации
    - Методология и методы исследования в рекламе
    - Основы теории коммуникации
    - Основы рекламной деятельности и PR
    - Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
    - Основы проектной деятельности
    - Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
      1. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
    - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
    - Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
    - Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
    - Брендинг в коммерческой сфере
    - Современные массмедиа в коммерческой сфере
    - Производственная практика. Профессионально-творческая практика
      1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики. преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. Целями освоения дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» являются:
      2. изучение технологий и инструментария создания и реализации PR проектов в различных организациях, определение места и роли служб по связям с общественностью в различных учреждениях и организациях, а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

## Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| 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-ОПК-1.1  Выявление отличительных особенностей медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ | Уметь интерпретировать PR и рекламу как форму коммуникации в  разных сферах.Устанавливать  связей с деловыми партнерами.  Определять особенности восприятия рекламы обществом.  Анализирует актуальные знаковые системы, жанры и форматы для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности. |
| ИД-ОПК-1.2  Анализ востребованных обществом знаковых систем, жанров и форматов для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности |
|  | ИД-ОПК-1.3  Подготовка рекламных и PR-текстов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | Применять основные принципы  Комплекса коммуникативных  технологий, направленных на  позиционирование и продвижение  товара. Способностью подбирать необходимые технологии для  проведения PR-кампании.  Применять формы и методы организации политических  рекламных кампаний. |
| ПК-4  Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.1  Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | Осуществляет тактическое планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации.  Использует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |
| ИД-ПК-4.2  Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, час** | | |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** |  | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 5 семестр | зачет с оценкой | 144 | 24 | 24 |  |  |  | 60 | 36 |
| Всего: |  | 144 | 24 | 24 |  |  |  | 60 | 36 |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, час** | | |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** |  | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 3 курс |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| установочная сессия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| зимняя сессия |  | 72 | 8 | 10 |  |  |  | 54 |  |
| летняя сессия | зачет с оценкой | 72 |  |  |  |  |  | 63 | 9 |
| Всего: |  | 144 | 8 | 10 |  |  |  | 117 | 9 |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:**  **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;**  **форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | | | | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;**  **формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** | | | |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | ***Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час*** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Пятый семестр** | | | | | | |
| ОПК-1:  ИД-ОПК-1.1  ИД-ОПК-1.2  ИД-ОПК-1.3 | **Раздел I. Категориальный базис организации PR- кампаний** | 10 | 10 |  |  | 18 | Формы текущего контроля  по разделу I:  Реферат  Ситуационное задание  Кейс |
| Тема 1.1  PR-кампания: сущность, содержание, типология. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.2  Структура PR-кампании. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.3  Коммуникационный аудит. | 4 |  |  |  |  |
| Тема 1.4  Использование основных инструментов для организации PR-кампании. | 2 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1  PR-кампания: сущность, содержание, типология. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 1.2  Структура PR-кампании. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 1.3  Коммуникационный аудит. |  | 4 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 1.4  Использование основных инструментов для организации PR-кампании. |  | 2 |  |  | 4 |
| ПК-4:  ИД-ПК-4.1  ИД-ПК-4.2  ИД-ПК-4.3 | **Раздел II. Работы по организации PR-кампании** | 10 | 10 |  |  | 18 | Формы текущего контроля  по разделу II:  Творческое задание  Тест  Ситуационное задание  Задача |
| Тема 2.1  Стратегическое планирование PR-кампаний. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.2  Стратегия и тактика медиапланирования. | 4 |  |  |  |  |
| Тема 2.3  Бюджетирование PR-кампании | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.4  Технологии PR-кампаний | 2 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1  Стратегическое планирование PR-кампаний. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 2.2  Стратегия и тактика медиапланирования. |  | 4 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 2.3  Бюджетирование PR-кампании. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 2.4  Технологии PR-кампаний |  | 2 |  |  | 4 |
| ПК-1:  ИД-ПК-1.1  ИД-ПК-1.2 | **Раздел III. Оценка эффективности PR-кампаний** | 4 | 4 |  |  | 6 | Формы текущего контроля  по разделу III:  Собеседование  Доклад  Ситуационное задание |
| Тема 3.1  Подходы к оценке эффективности PR-кампаний | 4 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 3.1  Подходы к оценке эффективности PR-кампаний |  | 4 |  |  | 6 |
|  | Зачет с оценкой |  |  |  |  | 36 | Зачет |
|  | **ИТОГО за пятый семестр** | 24 | 24 |  |  | 96 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **24** | **24** |  |  | **96** |  |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:**  **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;**  **форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | | | | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;**  **формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** | | | |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | ***Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час*** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Третий курс** | | | | | | |
| ОПК-1:  ИД-ОПК-1.1  ИД-ОПК-1.2  ИД-ОПК-1.3 | **Раздел I. Категориальный базис организации PR- кампаний** | 3 | 4 |  |  | 44 | Формы текущего контроля  по разделу I:  Реферат  Ситуационное задание  Кейс |
| Тема 1.1  PR-кампания: сущность, содержание, типология. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.2  Структура PR-кампании. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.3  Коммуникационный аудит. | 1 |  |  |  |  |
| Тема 1.4  Использование основных инструментов для организации PR-кампании. | 1 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1  PR-кампания: сущность, содержание, типология. |  | 1 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.2  Структура PR-кампании. |  | 1 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.3  Коммуникационный аудит. |  | 1 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.4  Использование основных инструментов для организации PR-кампании. |  | 1 |  |  | 11 |
| ПК-4:  ИД-ПК-4.1  ИД-ПК-4.2  ИД-ПК-4.3 | **Раздел II. Работы по организации PR-кампании** | 4 | 5 |  |  | 44 | Формы текущего контроля  по разделу II:  Творческое задание  Тест  Ситуационное задание  Задача |
| Тема 2.1  Стратегическое планирование PR-кампаний. | 1 |  |  |  |  |
| Тема 2.2  Стратегия и тактика медиапланирования. | 1 |  |  |  |  |
| Тема 2.3  Бюджетирование PR-кампании | 1 |  |  |  |  |
| Тема 2.4  Технологии PR-кампаний | 1 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1  Стратегическое планирование PR-кампаний. |  | 1,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 2.2  Стратегия и тактика медиапланирования. |  | 1 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 2.3  Бюджетирование PR-кампании. |  | 1,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 2.4  Технологии PR-кампаний |  | 1 |  |  | 11 |
| ПК-4:  ИД-ПК-4.1  ИД-ПК-4.2  ИД-ПК-4.3 | **Раздел III. Оценка эффективности PR-кампаний** | 1 | 1 |  |  | 11 | Формы текущего контроля  по разделу III:  Собеседование  Доклад  Ситуационное задание |
| Тема 3.1  Подходы к оценке эффективности PR-кампаний | 1 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 3.1  Подходы к оценке эффективности PR-кампаний |  | 1 |  |  | 11 |
|  | Выполнение курсовой работы |  |  |  |  | 18 | защита курсовой работы |
|  | Экзамен |  |  |  |  | 9 | экзамен по билетам |
|  | **ИТОГО за третий курс** | 8 | 10 |  |  | 126 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **8** | **10** |  |  | **126** |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование раздела и темы дисциплины** | **Содержание раздела (темы)** |
| **Раздел I** | **Категориальный базис организации PR- кампаний** | |
| Тема 1.1 | PR-кампания: сущность, содержание, типология. | Цели и задачи PR-кампании.  Функции специалиста по PR.  Профессиональные требования к специалисту по PR.  Основные концепции организации PR-кампании. |
| Тема 1.2 | Структура PR-кампании. | PR-проект и PR-кампания. Креативность в PR-кампании.  Основные типы и разновидности PR-кампаний.  Модели и общая структура проведения PR-кампании.  Специальные элементы разработки и реализации PR-кампании. |
| Тема 1.3 | Коммуникационный аудит. | Анализ внутренних и внешних информационных потоков компании. Методология получения обратной связи об эффективности информационной политики и степени достижения PR целей кампании. |
| Тема 1.4 | Использование основных медиаканалов рекламы. | Основные принципы выбора медиасредств. Креатив при выборе медиасредств. Соответствие целевой аудитории.  Основные параметры характеристики медиасредств: таргетированность, охват, скорость аккумулирования аудитории, ситуация предъявления, степень доверия и уровень внимания. |
| **Раздел II** | **Работы по организации PR-кампании** | |
| Тема 2.1 | Стратегическое планирование PR-кампаний. | Основные подходы стратегии в PR-кампании.  I Определение проблемы  II Планирование и программирование  III Действие и коммуникация  IV Оценка программы  Общий взгляд (задачи PR формируются в соответствии с общим контекстом организации кампании, что помогает определить цели, проанализировать текущую ситуацию с точки зрения общественности);намерения и цели (они отражают специфику PR-программ);целевые аудитории (определение четко очерченных групп, с которыми необходимо достичь взаимопонимания);ключевые сообщения (определение того, что подлежит передаче данным целевым аудиториям с учетом знаний, дезинформации и предубеждения, которые у них уже имеются); деятельность/тактика (представляет собой основу программы); график (важно точно рассчитать время проведения кампании); расходы (необходимо учитывать все расходы, в том числе и затраты времени своих собственных работников, оценивая их в сравнении с объемами работ приглашенных консультантов);  контроль |
| Тема 2.2 | Стратегия и тактика медиапланирования. | Понятие медиастратегии, ее основные составляющие.  Стратегии эффективной частоты. Стратегия «последнего контакта» (recency).  Стратегия и тактика рекламной кампании. Годовое планирование рекламных кампаний. Бюджет рекламной кампании (метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный принцип, процент от оборота или прибыли, метод конкурентного паритета). Составляющие стоимости рекламной кампании. Возможные скидки. |
| Тема 2.3 | Бюджетирование PR-кампании. | Определение оптимальных бюджетов для проведения PR-кампании. Структура расходов на PR в организации. |
| Тема 2.4 | Технологии PR-кампаний. | Понятие и сущность PR-технологий. Принципы PR-технологий. Направления PR-технологий. Модель PR-технологий. Методы и инструменты PR-технологий. |
| **Раздел III Оценка эффективности PR-кампаний** | | |
| Тема 3.1 | Подходы к оценке эффективности PR-кампаний | Основные составляющие оценки эффективности PR-кампаний. Основные подходы к оценке эффективности PR-кампаний. Анализ моделей оценки эффективности PR-кампаний. Модель эффективной базы расчета. 5-ти ступенчатый процесс PIO. Методы оценки эффективности PR-кампаний. |

## Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию*.* Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

подготовку к лекциям и практическим занятиям;

изучение учебных пособий;

изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;

написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;

участие студентов в составлении тестов;

подготовка к собеседованию;

выполнение ситуативных заданий и кейсов;

выполнение творческих заданий;

решение задач;

проведение исследовательских работ;

подготовка к контрольной работе;

выполнение курсовых работ;

подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

проведение консультаций перед зачетом;

проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;

индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **использование**  **ЭО и ДОТ** | **использование ЭО и ДОТ** | **объем, час** | **включение в учебный процесс** |
| смешанное обучение | лекции |  | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| практические занятия |  |

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровни сформированности компетенции(-й)** | **Итоговое количество баллов**  **в 100-балльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Оценка в пятибалльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Показатели уровня сформированности** | | |
| **профессиональной(-ых)**  **компетенции(-й)** | | |
| ОПК-1:  ИД-ОПК-1.1  ИД-ОПК-1.2 | ПК-4:  ИД-ПК-4.1  ИД-ПК-4.2  ИД-ПК-4.3 |
| высокий |  | отлично | Обучающийся:  Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, разрабатывает практически значимые рекомендации  Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализует типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| повышенный |  | хорошо | Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации  Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| базовый |  | удовлетворительно | Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации  Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта  Не применяет современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии для разработки PR-кампаний. | Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| низкий |  | неудовлетворительно | Обучающийся:  Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации  Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами  Не способен проанализировать PR-кампании, путается в особенностях применения различных медиа  Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей  Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя  Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы | | |

# ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Организация и проведение PR-кампаний» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине*,* указанных в разделе 2 настоящей программы.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Доклад по разделу/теме «Категориальный базис организации PR- кампаний» | Темы докладов:  Понятие и модели связей с общественностью  PR как коммуникативная управленческая деятельность  Субъекты и объект PR-деятельности  Стратегия и алгоритм решения PR-проблем  Понятие и общая характеристика PR-кампании  Основные этапы кампании по связям с общественностью  Место и роль кампаний в системе PR-деятельности организации и ее коммуникационной политике |
| 2 | Вопросы для контрольной работы  по разделу/теме «Категориальный базис организации PR- кампаний» | Вопросы:  Дайте определение понятию PR-кампания  Перечислите составляющие понятия «PR-кампания»  Назовите типы PR-кампаний  Основные отличия PR-кампаний от рекламных кампаний  Цели и задачи PR-кампаний  Этапы PR-кампаний  Характеристика этапов проведения PR-кампании  Экономическая оценка эффективности проведения PR-кампании  Коммуникативная оценка эффективности проведения PR-кампании  Общая характеристика PR-подразделения (PR-службы, агентства)  Должностные обязанности специалиста по PR  Анализ планирования проведения PR-кампании  Анализ проведения PR-кампании  Оценка результатов PR-кампании  Способы планирования бюджета PR-кампании |
| 3 | Темы для реферативного исследования по разделу/теме:  «Работы по организации PR-кампании» | Понятие и модели связей с общественностью  PR как коммуникативная управленческая деятельность  Стратегия и алгоритм решения PR-проблем  Понятие и общая характеристика PR-кампании  Основные этапы кампании по связям с общественностью |
| 4 | Темы эссе по разделу/теме «Работы по организации PR-кампании» | Письменная речь как главное профессиональное умение специалиста по организации PR-кампаний  Способы эффективного взаимодействия с представителями СМИ в рамках PR-кампаний.  Исследования перед началом PR-кампаний - необходимость или роскошь? |
| 5 | Творческие задания по разделу/теме  «Работы по организации PR-кампании» | Творческое задание 1.  Задача студентов:  Выбрать торговую марку (бренд).  Выделить этапы продвижения.  Провести анализ PR-инструментов продвижения выбранной торговой марки (бренда).  Обосновать рациональность или не рациональность использования применяемых инструментов.  Внести предложения по совершенствованию PR деятельности у выбранной торговой марки (бренда).  Творческое задание 2.  Задача студентов:  Выбрать одну из категорий товаров.  В рамках категории выбрать конкретную торговую марку  Выбрать информационный повод.  Создать 3-5 PR-мероприятий для выбранной торговой марки с использованием выбранного информационного повода. |

## Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| **Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **Пятибалльная система** | |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает |  | 5 | |
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 | |
| Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. |  | 3 | |
| Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. |  | 3 | |
| Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. |  | 2 | |
| Не получены ответы по базовым вопросам. |  | 2 | |
| Не принимал участия в собеседовании. |  | 2 | |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы.  Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.  В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения.  В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.  Правила оценки всего теста:  общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.  Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.  Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.  «2» - равно или менее 40%  «3» - 41% - 64%  «4» - 65% - 84%  «5» - 85% - 100% |  | 5 | 85% - 100% |
|  | 4 | 65% - 84% |
|  | 3 | 41% - 64% |
|  | 2 | 40% и менее 40% |
| Реферат | Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. |  | 5 | |
| Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. |  | 4 | |
| Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. |  | 3 | |
| Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. |  | 2 | |
| Реферат не подготовлен. |  |
| Доклад | Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. |  | 5 | |
| Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. |  | 4 | |
| Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. |  | 3 | |
| Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. |  | 2 | |
| Доклад не подготовлен. |  |
| Творческое задание | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. |  | 5 | |
| Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); |  | 4 | |
| Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.  Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |  | 3 | |
| Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы.  Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. |  | 2 | |
| Кейс | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения кейса продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. |  | 5 | |
| Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); |  | 4 | |
| Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.  Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |  | 3 | |
| Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы.  Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. |  | 2 | |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы**  **для проведения промежуточной аттестации:** |
| Зачет с оценкой:  в устной форме по вопросам | 1. Понятие информационного поля.  2. Порядок организации и распределения основных информационных потоков.  3. Виды информирования, понятие ключевой и елевой аудитории.  4. Особенности проведения информационных кампаний в регионах.  5. PR-кампании в системе коммуникаций.  6. Классификация коммуникационных кампаний.  7. Типы PR-кампаний, их особенности.  8. Тактика координации информационных процессов.  9. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов.  10. Понятие «PR-проект», цели и задачи PR- кампаний.  11. Основные субъекты и объекты PR- кампаний.  12. PR-бриф.  13. Определение ключевых проблем и профилей целевых аудиторий.  14. Общие принципы организации и проведения PR-кампаний.  15. Организационные и материально-технические основы проведения кампании по связям с общественностью.  16. Основные этапы PR-кампании.  17. Аналитический этап.  18. Медиа-карта, ее продуктивное использование.  19. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании.  20. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.  21. Реализация кампании по связям с общественностью.  22. Подведение итогов кампании: мониторинг СМИ, клиппинг.  23. Организация и проведение специальных мероприятий(Specialevens).  24. Проблема организации специальных событий и коммуникаций.  25. Конференции и пресс-конференции: цели и задачи, особенности организации и про-ведения.  26. Конкурсы и фестивали. Презентации. Церемония открытия.  27. Организация и проведение круглых столов и семинаров.  28. Стратегия PR-кампании, ее представление заказчику.  29. Творческий аспект стратегии.  30. Технологии организации и проведения коммуникационных кампаний по созданию и поддержанию корпоративной культуры для внутренних и внешних клиентов.  31. Промо-акции в системе PR-кампаний.  32. Специфика выставочно-экспозиционной деятельности в рамках коммуникационных кампаний.  33. Выставка как PR-технология. Особенности подготовки, организации и проведения выставки.  34. Особенности организации и работы пресс-центра.  35. Коммуникационные кампании для СМИ (пресс-туры, конкурсы и проч.).  36. Медиа-карта, ее продуктивное использование.  37. Основные элементы заключительного этапа проведения PR-кампании.  38. Критерии эффективности PR-кампании.  39. Стандарты измерения и оценка эффективности связей с общественностью. |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Зачет с оценкой:  в устной форме по вопросам | Обучающийся:   * демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; * свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; * способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; * логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.   Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. |  | 5 |
| Обучающийся:   * показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; * недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; * недостаточно логично построено изложение вопроса; * успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.   В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. |  | 4 |
| Обучающийся:   * показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; * не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.   Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. |  | 3 |
| Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.  На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. |  | 2 |

## Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Форма контроля** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Текущий контроль: |  |  |
| - собеседование |  | 2 – 5 |
| - тест |  | 2 – 5 |
| - реферат |  | 2 – 5 |
| - доклад |  | 2 – 5 |
| - творческое задание |  | 2 – 5 |
| - кейс |  | 2 – 5 |
| - ситуационное задание |  | 2 – 5 |
| - задача |  | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация  Зачет с оценкой |  | отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |
| **Итого за семестр**  Зачет с оценкой |  | отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |

* + - 1. Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **пятибалльная система** | |
| **зачет с оценкой/экзамен** | **зачет** |
| 85 – 100 баллов | отлично  зачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошо  зачтено (хорошо) |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительно  зачтено (удовлетворительно) |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
    - проблемная лекция;
    - проектная деятельность;
    - интерактивная лекция;
    - групповая дискуссия;
    - мастер-классы специалистов и работодателей;
    - анализ ситуаций и имитационных моделей;
    - поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
    - дистанционные образовательные технологии;
    - применение электронного обучения;
    - просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
    - использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
    - самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
    - обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
    - технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
      2. Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.
      2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
      3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
      4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
      5. Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
      6. Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.
      7. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
      2. Материально-техническое обеспечение *дисциплины* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| **Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** | **Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** |
| --- | --- |
| **115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус6** | |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * ноутбук; * проектор; * экран |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * ноутбук, * проектор; * экран |
| **Помещения для самостоятельной работы обучающихся** | **Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся** |
| читальный зал библиотеки: | * компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

* + - 1. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Необходимое оборудование** | **Параметры** | **Технические требования** |
| Персональный компьютер/ ноутбук/планшет,  камера,  микрофон,  динамики,  доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| Веб-камера | 640х480, 15 кадров/с |
| Микрофон | любой |
| Динамики (колонки или наушники) | любые |
| Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор(ы)** | **Наименование издания** | **Вид издания (учебник, УП, МП и др.)** | **Издательство** | | **Год**  **издания** | **Адрес сайта ЭБС**  **или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*** | | **Количество экземпляров в библиотеке Университета** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 6 | 7 | | 8 |
| **9.1 Основная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Варакута С.А. | Связи с общественностью | Учебное пособие | М.: ИНФРА-М | | 2009 | https://znanium.com/catalog/product/147367 | |  |
| 2 | Осипова Е.А. | Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике | Монография | М.:НИЦ ИНФРА-М | | 2015 | https://znanium.com/catalog/product/523515 | |  |
| 3 | Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. | Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции | Учебное пособие | М.:Дело АНХ | | 2016 | https://znanium.com/catalog/product/634963 | |  |
| **9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Бузни Е. Н | История связей с общественностью | Учебное пособие | | М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М | 2011 | https://znanium.com/catalog/product/210624 | | - |
| 2 | Шарков Ф.И | Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике | Учебное пособие | | М.:Дашков и К | 2016 | https://znanium.com/catalog/product/414955 | |  |
| 3 | Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А. | Социальная реклама | Учеб. пособие для студентов вузов | | М.:ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | https://znanium.com/catalog/product/882785 | | - |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** | | | | | | | | | |
| 1 | Карпова Е.Г., Кащеев О.В., Усик С.П. | Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ | Учебно-методическое пособие | | М.: МГУДТ, 2022 | 2022 | ИСИ | 10 | |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

## Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Ресурсы электронной библиотеки

* ***ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/)*(учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);*

***Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/) ***(э****лектронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);*

* ***ООО «ИВИС»*** [***https://dlib.eastview.com***](https://dlib.eastview.com/) ***(****электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);*
* ***Web of Science*** [***http://webofknowledge.com/***](http://webofknowledge.com/) *(обширная международная универсальная реферативная база данных);*
* ***Scopus*** [***https://www.scopus.com***](https://www.scopus.com/)*(международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);*
* ***«SpringerNature»*** [***http://www.springernature.com/gp/librarians***](http://www.springernature.com/gp/librarians) *(международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);*
* ***Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU*** [***https://elibrary.ru***](https://elibrary.ru/)*(крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);*
* ***ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)*** [***http://нэб.рф/***](http://нэб.рф/)*(объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений;*
* ***«НЭИКОН»***[***http://www.neicon.ru/***](http://www.neicon.ru/) *( доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);*
* ***«Polpred.com Обзор СМИ»*** [***http://www.polpred.com***](http://www.polpred.com/) ***(****статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).*

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

* [*http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/databases/*](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/)*;*
* [*http://www.scopus.com/*](http://www.scopus.com/)*;*
* [*http://elibrary.ru/defaultx.asp*](http://elibrary.ru/defaultx.asp)*;*
* *http://www.garant.ru/;*
* *http://www.onestopenglish.com*
* *http://lessons.study.ru*
* *http://www.wikipedia.org*
* *http://www.idoceonline.com*
* *http://www.english.ru*
* *http://study-english.info*
* [*http://oup.com/elt/result*](http://oup.com/elt/result)

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»  <http://znanium.com/> |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |
|  |  |
|  | **Профессиональные базы данных, информационные справочные системы** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## Перечень программного обеспечения

*1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул Е85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);*

*2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;*

*3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17ЕО-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;*

*4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79Р-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;*

*5. 1C: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.*

*6. Операционная система Linax. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linax).*

*7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008,*

*справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;*

*10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).*

*11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);*

*12. Adobe Reader (свободно распространяемое).*

*13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);*

*14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);*

*16. Google Chrome (свободно распространяемое).*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  |  |  |
|  |  | *…* |

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **год обновления РПД** | **характер изменений/обновлений**  **с указанием раздела** | **номер протокола и дата заседания**  **кафедры** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |