СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»

Историко-филологический факультет

Кафедра русского языка и методики его преподавания

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 28.04.2023
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0be7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

"Основы рекламы и PR"

(наименование дисциплины)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.02 "Журналистика"

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

"Журналистика"

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Сочи,
2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы рекламы и PR» является дать студентам комплексное знание о связях с общественностью и рекламе как коммуникативной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:
– познакомить студентов с историей развития и становления связей с общественностью;
– познакомить студентов с историей развития и становления рекламы;
– раскрыть закономерности (социально-экономические, политические, юридические, типологические и иные) развития связей с общественностью и рекламы;
– дать представление о базовых характеристиках аудитории; методах изучения аудитории;
- ознакомить студентов с природой рекламы как сферы деятельности.
– дать представление о природе и роли общественного мнения, знать основные методы его изучения.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы рекламы и PR» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	**КОМПЕТЕНЦИЯ**
	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	**Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.**
УК-3.2	Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели
УК-6	**Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.**
УК-6.1	Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности
УК-6.2	Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей
УК-6.3	Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи
ОПК-4	**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.**
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы рекламы и PR» относится к обязательной части блока Б1.О ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы рекламы и PR».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины, практики*	Последующие дисциплины, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	Основы проектной деятельности Основы риторики Профессионально-ознакомительная практика Социология	Государственный PR Деловое общение Основы теории коммуникации Политология Преддипломная практика Профессионально-творческая практика Психология Теория речевого воздействия Этика журналистской работы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	Основы информационного и библиографического поиска Основы радиовещания Основы теории журналистики Профессионально-ознакомительная практика	Мировые и информационные ресурсы Основы видеомонтажа Преддипломная практика Профессионально-творческая практика Тележурналистика Теория и практика журналистского расследования
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Социология	Государственный PR Деловое общение Основы теории коммуникации Политология Теория и практика интервью

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы рекламы и PR» составляет 3 з.е.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для очной формы обучения.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		3					
Контактная (аудиторная) работа (всего)	48	48					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	32	32					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
практические занятия (если предусмотрено)	16	16					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	60	60					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Часов на контроль:	-	-					
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/ экзамен)	-	ЗаО					
Общая трудоемкость час	108	108					
зач. ед.	3	3	-				

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Реклама как инструмент PR	
Тема 1. 1. История возникновения рекламы. Основные понятия; реклама в системе маркетинговых коммуникаций; цели и общие требования к рекламе. Средства распространения и размещения рекламы. История развития рекламы в России и за рубежом. Этапы развития рекламы. Проблемы развития отечественного рынка рекламы; мировой рынок рекламы; "интернациональная" реклама; перспективные направления рекламной деятельности. Исследования в рекламе; социологические исследования аудитории средств массовой информации и их роль в определении стратегии рекламной деятельности; исследования психологического восприятия рекламы; социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя.	ЛК
Практические занятия по темам раздела	ПЗ
Самостоятельная работа по темам раздела	СР

Раздел 2. Общественное мнение и убеждение.	
Тема 2. 1. Определение общественного мнения. Жизненный цикл общественного мнения. Типы лидеров общественного мнения. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения: определение тем на злобу дня, теория зависимости от СМИ, теория «интерпретации», теория «культивации».Определение понятия «убеждение». Применение убеждения. Факторы, влияющие на убедительность коммуникации: анализ аудитории, надежность источников, обращение к личной заинтересованности, ясность сообщения, выбор времени и контекста, предложение действий, содержание и структура сообщения. Природа аудитории в сфере связей с общественностью. Характеристики аудитории: этнические меньшинства, пожилые люди, молодежь. Определение целевой аудитории. Приведение в соответствие аудитории и СМИ. Специфика привлечения внимания различных организаций и групп. Природозащитные и социальные активистские группы. Социальные, культурные и здравоохранительные организации. Особенности компаний по сбору средств. Мотивация к пожертвованиям.	ЛК
Практические занятия по темам раздела	ПЗ
Самостоятельная работа по темам раздела	СР
Раздел 3. Процесс PR-кампании	
Тема 3. 1. Планирование PR-программы Реализация PR-кампании Реализация PR-кампании в условиях кризиса Оценка эффективности PR –кампании	ЛК
Практические занятия по темам раздела	ПЗ
Самостоятельная работа по темам раздела	СР
Раздел 4. Кризисная коммуникация	
Тема 4. 1. Причины возникновений кризисных ситуаций. Определение кризиса. Особенности коммуникаций во время кризиса. Кризисное планирование. Кризисная коммуникация компании Pepsi.	ЛК
Практические занятия по темам раздела	ПЗ
Самостоятельная работа по темам раздела	СР

* - ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия; СР – самостоятельная работа.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	**Оснащение аудитории**	**Специализированное учебное/ лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели; маркерная доска; кафедра; автоматизированное рабочее место преподавателя - компьютер: процессор мощностью не ниже Intel Core i3, монитор LCD не менее 24", Интерактивная панель 86" / проектор Epson; проекционный экран / Телевизор LED 43", имеется выход в интернет	Операционная система Windows 10 Pro Схема лицензирования per-device, номер лицензии 87846770 от 27.05.19 по гос.контракту №31907740983 на ПО ООО “БалансСофт Проекты»; Office Professional 2007 45747882, 46074549 Акт приема-передачи №АПП-95 от 17.07.09 по гос.контракту № 69-09 на программное обеспечение ООО "Микро Лана", Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный 1752-150211-132016 Акт приема-передачи №275 от 21.12.09 по гос.контракту № 83-09 на программное обеспечение ООО "Виста"
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели; интерактивная панель 86", доска аудиторная меловая; автоматизированные рабочие места - компьютер: процессор мощностью не ниже Intel Core i3, оперативная память объемом не менее 8 ГБ, память SSD 250 ГБ/HDD 1 ТБ, видеокарта NVIDIA 1050TI 4ГБ; монитор LCD не менее 24"; имеется выход в интернет	
Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Комплект специализированной мебели; Телевизор LED 65", автоматизированные рабочие места (процессор не ниже Intel Core i3, оперативная память объемом не менее 6 ГБ; SSD 250 ГБ/HDD 1 ТБ), имеется выход в интернет	

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. Реклама и связи с общественностью : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 552 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488737

2. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : Учебник. - Москва: Юрайт, 2022. - 383 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/489018

3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 173 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/493974

Дополнительная литература:

1. Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрянцев С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В., Старенченко Ю. Л. Связи с общественностью как социальная инженерия : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 351 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/492162

2. Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. Связи с общественностью : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 263 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488953
3. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. Связи с общественностью : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 337 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/489962
4. Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рущин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гультяева В. Ю. Связи с общественностью в органах власти : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 163 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/494288
5. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 267 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/492969
6. Васильева М. М., Елина С. Б., Жеглова Ю. Г., Мехонцев В. В., Монахов В. Н., Никитина О. О., Погребенков В. И., Репко С. И., Соловьев В. А., Чащихин Б. Д., Шаркова И. В., Юдина Е. Ю. Связи с общественностью в органах власти : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 432 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/489016

7. Москалев С. М., Виноградова Т. Г., Семилетова Я. И. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. - 163 с. - Текст : электронный. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- ЭБС «Academia-library» https://academia-moscow.ru/
- научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://www.elibrary.ru/
- ЭБС Znanium https://znanium.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru
- Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web

2. Базы данных и поисковые системы:

- реферативная база данных SCOPUS http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/
- поисковая система Google https://www.google.ru/
- поисковая система Яндекс https://www.yandex.ru/
- справочная правовая система «Консультант Плюс» http://www.consultant.ru/

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами комплексных знаний о рекламе и PR как коммуникативных сферах деятельности.

Для этого необходимо, используя лекционный материал, учебно-методическую литературу по дисциплине, электронно-образовательную среду (Учебный портал), а также печатные и электронные СМИ, изучить историю развития и становления рекламы и PR как сфер деятельности, изменения, происходящие с момента их зарождения, а также тенденции развития.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- подготовка к практическим занятиям;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;
- подготовка к текущим контрольным мероприятиям (контрольные работы, рефераты, доклады, сообщения);
- выполнение домашних индивидуальных заданий.

Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее ОВЗ) осуществляется преподавателем с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательной функции и с ОВЗ по слуху предусматривается сопровождение лекций и практических занятий мультимедийными средствами, раздаточным материалом.

Для студентов с ОВЗ по зрению предусматривается применение технических средств усиления остаточного зрения, а также предусмотрена возможность разработки аудиоматериалов.

По данной дисциплине обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться как в аудитории, так и дистанционно с использованием возможностей электронной образовательной среды (Учебного портала) и электронной почты.

В ходе аудиторных учебных занятий используются различные средства интерактивного обучения, в том числе, групповые дискуссии, мозговой штурм, деловые игры, проектная работа в малых группах, что дает возможность включения всех участников образовательного процесса в активную работу по освоению дисциплины. Такие методы обучения направлены на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения, способствуют сплочению группы и обеспечивают возможности коммуникаций не только с преподавателем, но и с другими обучаемыми, сотрудничество в процессе познавательной деятельности.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может производиться по утвержденному индивидуальному графику с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, что подразумевает индивидуализацию содержания, методов, темпа учебной деятельности обучающегося, возможность следить за конкретными действиями студента при решении конкретных задач, внесения, при необходимости, требуемых корректировок в процесс обучения.

Предусматривается проведение индивидуальных консультаций (в том числе консультирование посредством электронной почты), предоставление дополнительных учебно-методических материалов (в зависимости от диагноза).

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины на Учебном портале!

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Основы рекламы и PR» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.