

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Составитель

**Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент
кафедры журналистики и
медиакommunikаций**

Согласовано с работодателями:

**Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра
государственного управления,
информационных технологий и связи
Астраханской области**
**Линько М.О., директор маркетингового
агентства «Микс»**

Направление подготовки

**42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Год приема

2024

Курс

3

Семестр

6 (очная форма обучения)

5-6 (заочная форма обучения)

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины – обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах по связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у обучающихся устойчивое представление о характере и специфике работы отдела связей с общественностью, о функциональных обязанностях специалистов отдела связей с общественностью, о направлениях деятельности отдела связей с общественностью;
- способствовать формированию у обучающихся умений и закреплению навыков работы в отделе связей с общественностью;
- продолжить формировать профессиональную культуру специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Организация работы отдела рекламы» относится к обязательной части и реализуется в 6 семестре (очная форма обучения) и 5-6 (заочная форма обучения).

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Введение в профессию»*

Знания: истоки, сущность и специфику профессии, важнейшие социальные роли медиаспециалиста, профессиограмма, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств, основные принципы культуры умственной деятельности, приемы активизации мыслительных процессов (развития наблюдательности, памяти, мышления), формы и способы учебной деятельности.

Умения: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе.

Навыки: способами активизации умственных процессов, навыками учебной работы в различных формах (на лекциях, семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.), изучения литературы, конспектирования, оформления библиографии, подготовки письменных работ.

– *«Проектирование медиапродукта»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

2.1. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных компетенций (УК):

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК)

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

в) профессиональных компетенций (ПК)

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-3	<p>УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения</p> <p>УК-3.2. Демонстрирует способность эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвуя в обмене информацией, знаниями и опытом и презентации результатов команд</p> <p>УК-3.3. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде</p>	<p>– принципы командной динамики, основные теории лидерства и ролевые модели в команде</p> <p>– принципы эффективной коммуникации (активное слушание, обратная связь) и инструменты для совместной работы</p> <p>– преимущества и принципы стратегии сотрудничества, методы оценки личных возможностей и сильных сторон для определения своей роли</p>	<p>– брать на себя инициативу, мотивировать команду и гибко выполнять различные роли для достижения общих целей</p> <p>– четко аргументировать свою позицию, представлять результаты работы команды и активно участвовать в обмене идеями</p> <p>– анализировать задачи команды и осознанно выбирать собственную роль, максимизируя вклад в общий результат</p>	<p>– навыками конструктивного разрешения конфликтов, организации командной работы и проявления ситуационного лидерства</p> <p>– навыками публичных выступлений, визуализации информации и работы в коллаборативных цифровых средах</p> <p>– навыком рефлексии, гибкой смены ролевого поведения и управления групповыми процессами для повышения синергии команды</p>
ОПК-5	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сферах журналистики и (или) медиакоммуникаций, и (или) рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования кон-</p>	<p>– систему политических, экономических, правовых и этических факторов, определяющих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>– специфику коммуникационных процессов и механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем (СМИ, реклама, PR, цифровые платформы)</p>	<p>– анализировать влияние внешней среды на функционирование медиасистем и действовать в рамках правового поля и профессиональной этики</p> <p>– планировать и осуществлять профессиональные действия с учетом особенностей конкретной медиасистемы, ее аудитории и бизнес-модели</p>	<p>– навыком анализа медиарынка и применения нормативных знаний для оценки ситуации и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>– навыком адаптации коммуникационных стратегий и тактик под специфику выбранного медийного канала или системы</p>

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	кредитной медиакоммуникационной системы			
ПК-1.	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационно-го проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p>– принципы организации работы отдела, основы управления проектами и функциональные обязанности линейного менеджера</p> <p>– принципы тактического планирования, методы декомпозиции стратегических целей на конкретные измеримые мероприятия</p> <p>– цели, инструменты и каналы внутренних коммуникаций, основы формирования корпоративной идентичности и культуры</p>	<p>– выполнять оперативное управление задачами, распределять ресурсы и контролировать исполнение поручений в рамках отдела или проекта</p> <p>– разрабатывать календарный план-график мероприятий, определять сроки, ответственных и необходимые ресурсы для их реализации</p> <p>– участвовать в организации внутренних мероприятий и разработке коммуникационных материалов для донесения ценностей компании до сотрудников</p>	<p>– навыками организации текущей деятельности рабочей группы, проведения планерок и применения базовых инструментов менеджмента</p> <p>– навыком оперативного планирования и управления по целям для достижения тактических результатов в установленные сроки</p> <p>– навыками работы с внутренними каналами коммуникации</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в академических часах	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	37,25	11,25
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- консультация (предэкзаменационная)	1	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25

Самостоятельная работа обучающихся (час.)	70,75	96,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 7	Экзамен - семестр 7

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. ПП				
Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	2		2					6	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Управление репутацией организации	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Документооборот PR-отдела	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Оценка эффективности	2		2					8,7 5	12,7 5	Устный опрос, практическое

деятельности PR-отдела										ское задание	
Консультация										1	
Контроль промежуточной аттестации										0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18					70,75	108		

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	2		2					6	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ			2					10	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Управление репутацией организации								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Документооборот PR-отдела								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Оценка эффективности								12,75	12,75	Устный опрос,

деятельности PR-отдела										практическое задание	
Консультация										1	
Контроль промежуточной аттестации										0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	4		6					96,75	108		

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		УК-3	ОПК-5	ПК-1	
Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	10	+	+	+	3
Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью	12	+	+	+	3
Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ	12	+	+	+	3
Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации	12	+	+	+	3
Тема 5. Управление репутацией организации	12	+	+	+	3
Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела	12	+	+	+	3
Тема 7. Документооборот PR-отдела	12	+	+	+	3
Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела	12	+	+	+	3
Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела	12,75	+	+	+	3
Консультация	1	+	+	+	3
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+	+	+	3
Итого	108	+	+	+	3

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения

Место PR-подразделения в организационной структуре компании.
 Функции и обязанности PR-менеджера и руководителя отдела.
 Модели организации PR-службы: отдел, пресс-служба, внешний консультант.
 Линейная, функциональная и матричная структуры PR-подразделения.
 Взаимодействие с другими подразделениями

Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью

Методы исследования целевых аудиторий и медиаполя.
Анализ текущего имиджа и репутации организации.
Разработка креативных концепций и ключевых сообщений.
Техники мозгового штурма и генерации идей.
Создание информационных и рекламно-презентационных материалов.

Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ

Формирование и ведение медиа-карты и базы контактов.
Создание и рассылка пресс-релизов и медиа-китов.
Организация пресс-конференций, брифингов и интервью.
Мониторинг и анализ упоминаний в СМИ.
Выстраивание долгосрочных отношений с журналистами и редакциями.

Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации

Каналы и инструменты внутренних коммуникаций.
Корпоративные СМИ
Организация корпоративных мероприятий.
Формирование и поддержание корпоративных ценностей.
Внутренний PR и мотивация персонала.

Тема 5. Управление репутацией организации

Компоненты репутации: имидж, идентичность, известность.
Стратегия репутационного менеджмента.
Мониторинг и анализ репутационных рисков.
Инструменты формирования и укрепления репутации.
Противодействие негативу и работа с ошибками.

Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела

Основные законодательные акты, регулирующие деятельность в сфере PR и СМИ.
Авторское право и интеллектуальная собственность в PR-деятельности.
Этические кодексы (IPRA, PACO).
Правовые аспекты взаимодействия со СМИ и распространения информации.
Ответственность за недостоверную информацию.

Тема 7. Документооборот PR-отдела

Внутренние документы: планы, отчеты, служебные записки.
Внешние документы
Медиа-кит и презентационные материалы компании.
Документирование результатов и отчетности по проектам.
Организация электронного и бумажного архива.

Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела

Управление репутацией в социальных сетях.
Работа с блогерами и лидерами мнений.
Инструменты для мониторинга упоминаний и анализа тональности.
Создание и распространение цифрового контента.

Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела

Система ключевых показателей эффективности для PR.
Количественные и качественные методы оценки.

Измерение достижения коммуникационных целей.
Подготовка итоговых отчетов для руководства.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе само-

стоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Методические указания предназначены для рационального распределения времени обучающегося по видам самостоятельной работы и разделам, темам дисциплины (модуля). Они составляются на основе сведений о трудоёмкости дисциплины (модуля), её содержании, видах работы по её изучению и т. д. В раздел включаются рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля) или её отдельных тематических разделов, по организации их аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы: подготовке к учебным занятиям и работе на учебных занятиях, подготовке к различным формам контроля, работе с источниками информации, выполнению практических заданий и т. д. Приводятся вопросы и задания для самостоятельной работы обучающихся, материалы, необходимые для подготовки к учебным занятиям.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения Гибридные модели PR-структур: совмещение внутреннего отдела и внешнего агентства. Особенности организации PR-службы в государственных и коммерческих структурах: сравнительный анализ. Аутсорсинг PR-функций: задачи, которые эффективнее передавать на сторону.</i>	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью Применение методов дизайн-мышления в PR для решения коммуникационных задач. Этнографические исследования и глубинное интервью для понимания аудитории. Техники сторителлинга и нарратива в создании PR-текстов.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ Стратегия работы с нишевыми и отраслевыми СМИ. Организация медиа-туров и пресс-трансферов. Специфика работы с иностранными корреспондентами и международными СМИ.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Управление внутренними коммуника-</i>	8	Подготовка к

<p><i>циями и корпоративной культурой организации</i></p> <p>Роль внутренних коммуникаций в организационных изменениях (change management). Геймификация как инструмент повышения вовлеченности персонала. Проведение внутреннего аудита для диагностики корпоративной культуры.</p>		собеседованию
<p><i>Тема 5. Управление репутацией организации</i></p> <p>Рейтинги и индексы репутации (например, RepTrak). Стратегия позиционирования топ-менеджмента как части корпоративной репутации. Влияние ESG-повестки (экологической, социальной ответственности и корпоративного управления) на репутацию компании.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела</i></p> <p>Правовые особенности работы с персональными данными в PR-активностях. Регулирование нативной рекламы (advertorial) и сотрудничества с блогерами. Разбор кейсов этических дилемм в практике PR («серый» и «черный» PR).</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 7. Документооборот PR-отдела</i></p> <p>Разработка и реализация медиа-политики компании. Стандарты бренда (Brand Book) и гайдлайны как часть документооборота. Системы электронного документооборота (СЭД) для PR-отдела: критерии выбора и внедрение.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела</i></p> <p>Стратегия работы в мессенджерах (Telegram, WhatsApp) для PR-целей. Использование возможностей искусственного интеллекта (AI) для анализа данных и создания контента. PR в закрытых и корпоративных социальных сетях</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела</i></p> <p>Модели оценки PR-деятельности. Методика расчета ROMI (Return on Marketing Investment) для PR-проектов. Качественные методы оценки: контент-анализ, фокус-группы, экспертные интервью.</p>	8,75	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<p><i>Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения</i> Гибридные модели PR-структур: совмещение внутреннего отдела и внешнего агентства. Особенности организации PR-службы в государственных и коммерческих структурах: сравнительный анализ. Аутсорсинг PR-функций: задачи, которые эффективнее передавать на сторону.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью</i> Применение методов дизайн-мышления (Design Thinking) в PR для решения коммуникационных задач. Этнографические исследования и глубинное интервью для понимания аудитории. Техники сторителлинга и нарратива в создании PR-текстов.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ</i> Стратегия работы с нишевыми и отраслевыми СМИ. Организация медиа-туров и пресс-трансферов. Специфика работы с иностранными корреспондентами и международными СМИ.</p>	10	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации</i> Роль внутренних коммуникаций в организационных изменениях (change management). Геймификация как инструмент повышения вовлеченности персонала. Проведение внутреннего аудита для диагностики корпоративной культуры.</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 5. Управление репутацией организации</i> Рейтинги и индексы репутации Стратегия позиционирования топ-менеджмента как части корпоративной репутации. Влияние ESG-повестки (экологической, социальной ответственности и корпоративного управления) на репутацию компании.</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела</i> Правовые особенности работы с персональными данными в PR-активностях. Регулирование нативной рекламы (advertorial) и сотрудничества с блогерами. Разбор кейсов этических дилемм в практике</p>	12	Подготовка к собеседованию

PR («серый» и «черный» PR).		
<i>Тема 7. Документооборот PR-отдела</i> Разработка и реализация медиа-политики компании. Стандарты бренда (Brand Book) и гайдлайны как часть документооборота. Системы электронного документооборота (СЭД) для PR-отдела: критерии выбора и внедрение.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела</i> Стратегия работы в мессенджерах (Telegram, WhatsApp) для PR-целей. Использование возможностей искусственного интеллекта (AI) для анализа данных и создания контента. PR в закрытых и корпоративных социальных сетях	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела</i> Модели оценки PR-деятельности. Методика расчета ROMI (Return on Marketing Investment) для PR-проектов. Качественные методы оценки: контент-анализ, фокус-группы, экспертные интервью.	12,75	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Управление репутацией организации	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Документооборот PR-отдела	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);

- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Организация работы PR-подразделения со СМИ	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Управление внутренними коммуникациями и корпоративной культурой организации	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Управление репутацией организации	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание

Тема 6. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Документооборот PR-отдела	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Цифровые инструменты и социальные медиа в работе современного PR-отдела	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Оценка эффективности деятельности PR-отдела	УК-3; ОПК-5; ПК-1	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.
Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов

2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание
----------------------------	---

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Примерные темы практических и контрольных заданий

1. Провести аудит организационной структуры PR-отдела вымышленной компании.
2. Разработать креативную концепцию и ключевые сообщения для запуска нового продукта.
3. Составить медиа-карту для конкретного отраслевого мероприятия.
4. Написать пресс-релиз на основе предложенного новостного повода.
5. Разработать план внутреннего антикризисного коммуникационного мероприятия.
6. Составить сценарный план корпоративного события.
7. Провести анализ репутационных рисков компании на основе смоделированного кейса.
8. Разработать памятку для сотрудников по правилам общения в социальных сетях.
9. Составить дорожную карту по выводу проекта из информационного поля.
10. Подготовить пакет документов (пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист) для пресс-конференции.
11. Разработать контент-план для корпоративной социальной сети на один месяц.
12. Составить техническое задание для внешнего подрядчика на проведение мониторинга СМИ.
13. Рассчитать ключевые показатели эффективности (KPI) для PR-кампании.
14. Подготовить аналитическую записку для руководства по итогам квартала.
15. Смоделировать и отработать ответные действия на негативную публикацию в СМИ.

Темы вопросов для устных опросов и обсуждения

1. Сравнительный анализ преимуществ и недостатков различных моделей организации PR-подразделения.
2. Проблема распределения ограниченных ресурсов между исследовательской и творческой деятельностью в PR.
3. Критерии выбора эффективных инструментов для мониторинга современных медиа.
4. Влияние внутренних коммуникаций на лояльность и продуктивность сотрудников: способы измерения.
5. Разграничение понятий «имидж» и «репутация» и методы управления ими на практике.
6. Этические границы в PR: разбор сложных случаев на стыке манипуляции и влияния.
7. Стандартизация документооборота как основа эффективной работы PR-отдела.
8. Трансформация роли PR-специалиста под влиянием социальных сетей и цифровых платформ.
9. Сравнительная ценность количественных и качественных критериев оценки эффективности PR-деятельности.
10. Стратегии построения долгосрочных отношений с журналистами в условиях высокой информационной конкуренции.

11. Распределение ответственности за формирование корпоративной культуры между PR, HR и топ-менеджментом.
12. Основные правовые риски в работе PR-специалиста с цифровым контентом.
13. Соотношение влияния лидеров мнений и традиционных СМИ в современной PR-стратегии.
14. Оценка успешности PR-кампании: противоречие между медиа-охватом и достижением стратегических бизнес-целей.
15. Сложности реализации различных сценариев антикризисного коммуникационного плана.

Электронная презентация изучаемого материала

Электронная презентация изучаемого материала – результат самостоятельной работы студента, представленной в виде публичного выступления, демонстрирующего уровень проделанной работы, который оценивается по ряду показателей: выбор темы, отбор материала, анализ проблемы, характеристику основных этапов изучения проблемы, формулирование итогов работы и выводов.

Рекомендации к подготовке презентаций по выбранной теме:

1. Презентации подготавливаются индивидуально.
2. Формат презентации по выбору студента (Google-презентации, PowerPoint, лонгрид-Tilda Publishing и др.).
3. Презентация должна по своему содержанию соответствовать выбранной теме и раскрывать ее.
4. Для презентации используется информация из нескольких научных источников (не менее 3-х).
5. Используемые источники должны быть перечислены в конце презентации в последних слайдах.
6. В презентации должны быть представлены текстовые и визуальные слайды;
7. Текст слайдов не должен быть перегружен научной информацией, передавать ее смысл простым доступным языком.
8. В подтверждение текстовой информации должны быть представлены визуальные слайды информационного характера, содержащие фотографии, скриншоты, рисунки, диаграммы, схемы, поясняющие информацию.
9. Неинформативные визуальные слайды использовать не рекомендуется.
1. Не допускается представление чужих авторских презентации, опубликованных в Интернете.
2. Количество слайдов не должно быть менее 10.
3. На первом слайде указывается полное название ВУЗа, тема презентации, ФИО и № группы студента, подготовившего презентацию, ФИО преподавателя проверяющего презентацию, название кафедры, за которой закреплена эта дисциплина.

Вопросы к экзамену

1. Модели организации PR-подразделения в структуре компании: сравнительная характеристика, преимущества и недостатки.
2. Функции и должностные обязанности ключевых специалистов современного PR-отдела.
3. Процесс стратегического планирования и бюджетирования в деятельности PR-подразделения.
4. Основные методы исследования и анализа, используемые PR-отделом для работы с целевыми аудиториями и медиа-полем.
5. Классификация и технологии создания ключевых информационных материалов.

6. Принципы и инструменты построения эффективных долгосрочных отношений со СМИ.
7. Цели, задачи и каналы управления внутренними коммуникациями в организации.
8. Стратегия репутационного менеджмента: основные компоненты, этапы построения и инструменты.
9. Классификация и особенности организации специальных событий (PR-мероприятий).
10. Основные принципы и этапы разработки антикризисной коммуникационной стратегии.
11. Роль и место цифровых инструментов и социальных медиа в работе современного PR-специалиста.
12. Система оценки эффективности деятельности PR-подразделения: количественные и качественные показатели (KPI).
13. Правовые основы и этические кодексы, регламентирующие профессиональную деятельность в сфере связей с общественностью.
14. Документационное обеспечение работы PR-отдела: внутренние и внешние документы.
15. Особенности организации работы PR-подразделения с лидерами мнений (блогосфера, социальные сети).

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

Экзамен (пример)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Практическое задание	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-бальной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература:

1. Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. — М., 2019.
2. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (ЭБС «Консультант студента»).
3. Григорьева Н.В. Управление PR-отделом компании. — М., 2021.
4. Синяева И.М., Родько Т.В. Организация работы отдела по связям с общественностью. — М., 2022.
5. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. — М., 2022.
6. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2012. - 488 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература:

1. Иваницкий В.Л., Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705768.html>

2. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. — М., 2020.

3. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. — М., 2021.

4. Ромат Е.В. Реклама и PR в цифровой среде. — М., 2023.

5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. — М., 2022.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» — www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены

необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).