

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМП и качеству образования

Дата подписания: 29.04.2021 10:22:44

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b1300a095d5726b1597b60b4f865ae63b96a966cc55

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМП и КО,
председатель УМС СГСПУ

 Н.Н. Кислова

МОДУЛЬ "ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА"

Теория и практика связей с общественностью рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Журналистики	
Учебный план	ФФ-620ТСз(4г6м).plx Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	324	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 5
аудиторные занятия	40	зачеты 4, 3
самостоятельная работа	267	
часы на контроль	17	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	3(2.1)		4(2.2)		5(3.1)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	2	2	2	8	8	12	12
Практические	6	6	6	6	14	14	26	26
Консультация перед экзаменом					2	2	2	2
В том числе инт.	2	2	2	2	4	4	8	8
Итого ауд.	8	8	8	8	24	24	40	40
Контактная работа	8	8	8	8	24	24	40	40
Сам. Работа	60	60	60	60	147	147	267	267
Часы на контроль	4	4	4	4	9	9	17	17
Итого	72	72	72	72	180	180	324	324

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Программу составил(и):

Т.В. Болдырева

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

утвержденного учёным советом вуза от 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 27.08.2019 г. №1

Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины – дать развернутое представление о связях с общественностью как профессии и бизнесе, о регулировании и саморегулировании в связях с общественностью и других родственных специальностях, об организационных основах связей с общественностью, о стратегии и тактике коммуникаций, сформировать необходимые исследовательские навыки и умения в проведении PR-мероприятий и составлении PR-документов.

Задачи изучения дисциплины: познакомить студентов с историей становления и базовыми принципами организации современной индустрии связей с общественностью. В результате студент должен иметь представление об отраслевых и национально-культурных особенностях реализации PR- проектов; обучение основным методам работы с арсеналом средств коммуникативного воздействия, обретение навыков использования этих инструментов в ходе практического осуществления кампаний; овладение методиками тестирования и экспертной оценки PR-продукта для определения его эффективности, соответствия правовым и этическим нормам. – сформировать базовые представления о роли и специфике проектного режима PR-деятельности в современной системе общественных отношений России и зарубежных стран; представить основные принципы, цели и задачи кампаний по связям с общественностью в виде системы; дать характеристику основным этапам планирования и организации кампаний по связям с общественностью; подробно изложить суть основных методов, технологий и инструментов анализа, планирования, реализации, презентации и оценки эффективности кампаний по связям с общественностью; закрепить полученные студентами знания в процессе анализа тренировочных ситуаций и проектирования PR-кампаний; ознакомить студентов с российской спецификой рынка услуг по планированию и организации PR- кампаний.

Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.05

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале

Социальная психология

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Внутрикорпоративный PR

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Рекламные и PR-услуги в Самарском регионе

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Интернет-маркетинг

Медиарилейшнз

Основы рекламы и публик рилейшнз в средствах массовой информации

Брендинг

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, используемых для целей PR

Уметь: строить отношение организации с ее группами общественностями с использованием соответствующих медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR

Владеть: современными технологиями создания медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Умеет создавать тексты для решения различных коммуникативных задач связей с общественностью

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

Владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных PR-кампаний и PR-мероприятий

ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Умеет ставить задачи для маркетинговых и социологических исследований в целях изучения целевой аудитории базисного субъекта PR

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. PR как профессиональная сфера деятельности			
1.1	Связи с общественностью: определения, структура, функции /Лек/	3	1	0
1.2	Связи с общественностью: определения, структура, функции /Пр/	3	1	0
1.3	Связи с общественностью: определения, структура, функции /Ср/	3	12	0
1.4	Исторические особенности становления и развития индустрии PR /Лек/	3	1	0
1.5	Исторические особенности становления и развития индустрии PR /Пр/	3	1	0
1.6	Исторические особенности становления и развития индустрии PR /Ср/	3	12	0
1.7	Специализации связей с общественностью: сходства и различия /Лек/	3	0	0
1.8	Специализации связей с общественностью: сходства и различия /Пр/	3	1	0
1.9	Специализации связей с общественностью: сходства и различия /Ср/	3	12	0
1.10	Международные профессиональные объединения специалистов в области СО и смежных специальностей /Лек/	3	0	0
1.11	Международные профессиональные объединения специалистов в области СО и смежных специальностей /Пр/	3	1	0
1.12	Международные профессиональные объединения специалистов в области СО и смежных специальностей /Ср/	3	12	0
1.13	Крупнейшие международные и национальные PR -агентства /Лек/	3	0	0
1.14	Крупнейшие международные и национальные PR -агентства /Пр/	3	1	1
1.15	Крупнейшие международные и национальные PR -агентства /Ср/	3	12	0
1.16	Профессиональные издания и форумы в области СО и смежных специальностей /Лек/	3	0	0
1.17	Профессиональные издания и форумы в области СО и смежных специальностей /Пр/	3	1	1
	Раздел 2. Объект и задачи PR-деятельности			
2.1	Структура PR-деятельности /Лек/	4	1	0
2.2	Структура PR-деятельности /Пр/	4	0	2
2.3	Структура PR-деятельности /Ср/	4	10	0
2.4	Общественность и общественное мнение /Лек/	4	0	0
2.5	Общественность и общественное мнение /Пр/	4	1	0
2.6	Общественность и общественное мнение /Ср/	4	10	0
2.7	Целевые и ключевые аудитории современной корпорации /Лек/	4	1	0
2.8	Целевые и ключевые аудитории современной корпорации /Ср/	4	10	0
2.9	Организация и коммуникативное поведение /Лек/	4	0	0
2.10	Организация и коммуникативное поведение /Пр/	4	0	0
2.11	Организация и коммуникативное поведение /Ср/	4	10	0
2.12	Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа /Лек/	4	0	0
2.13	Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа /Пр/	4	2	0
2.14	Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование	4	10	0

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

	корпоративного имиджа /Ср/			
2.15	Оценка эффективности в PR /Лек/	5	0	0
2.16	Оценка эффективности в PR /Пр/	5	2	0
2.17	Оценка эффективности в PR /Ср/	5	10	0
Раздел 3. PR-технологии				
3.1	Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью /Лек/	5	1	0
3.2	Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью /Пр/	5	2	0
3.3	Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью /Ср/	5	20	0
3.4	Процедурные технологии PR /Лек/	5	1	0
3.5	Процедурные технологии PR /Ср/	5	20	0
3.6	Модульные технологии в реализации PR- проектов /Лек/	5	1	0
3.7	Модульные технологии в реализации PR- проектов /Пр/	5	2	0
3.8	Модульные технологии в реализации PR- проектов /Ср/	5	20	0
3.9	Каналы коммуникаций и их использование в PR-практике /Лек/	5	2	0
3.10	Каналы коммуникаций и их использование в PR-практике /Пр/	5	2	0
3.11	Каналы коммуникаций и их использование в PR-практике /Ср/	5	20	0
3.12	Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг /Лек/	5	1	0
3.13	Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг /Пр/	5	2	2
3.14	Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг /Ср/	5	24	0
3.15	Выставочная деятельность в PR-практике /Лек/	5	1	0
3.16	Выставочная деятельность в PR-практике /Пр/	5	4	2
3.17	Выставочная деятельность в PR-практике /Ср/	5	25	0
3.18	Гостеприимство в PR-практике /Лек/	5	1	0
3.19	Гостеприимство в PR-практике /Пр/	5	2	0
3.20	Гостеприимство в PR-практике /Ср/	5	18	0
3.21	Консультация перед экзаменом /КонсЭ/	5	2	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

<p>Раздел 1. PR как профессиональная сфера деятельности</p> <p>Тема 1. Связи с общественностью: определения, структура, функции</p> <p>Вопросы для обсуждения</p> <p>Значение гармонизации общественных отношений: социальная зависимость, связь, контакт.</p> <p>Роль символических форм в налаживании диалога социальных субъектов.</p> <p>Связи с общественностью как одна из функций менеджмента организации.</p> <p>Актуальность и цели управления информационными потоками.</p> <p>Предмет, методы и задачи связей с общественностью.</p> <p>Проверка домашнего задания</p> <p>Составление сравнительной таблицы «Связи с общественностью. Пропаганда. Реклама».</p> <p>Тема 2. Исторические особенности становления и развития индустрии PR</p> <p>Вопросы для обсуждения на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>Деятельность основоположников современных PR Айви Л. Ли и Эдварда Бернсайза.</p> <p>Первые пресс-агентства США.</p> <p>Информационный комитет Дж. Крила.</p> <p>Появление предвыборных информационных технологий.</p> <p>Тема 3. Специализации связей с общественностью: сходства и различия</p> <p>Вопросы для обсуждения на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>СО в государственных и общественных структурах.</p> <p>СО в СМИ.</p> <p>Коммуникационный менеджмент.</p> <p>СО в сфере производства и управления.</p> <p>СО в науке, культуре и здравоохранении.</p> <p>СО в финансовой и банковской сферах. СО в топливно-энергетической системе.</p> <p>СО в малом бизнесе.</p> <p>СО в сфере массовой физической культуре, рекреации и спорте.</p> <p>Тема 4. Международные профессиональные объединения специалистов в области СО и смежных специальностей</p> <p>Вопросы для обсуждений на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>Крупнейшие международные объединения специалистов в области СО</p> <p>Крупнейшие национальные профессиональные организации PR-специалистов</p> <p>Российская ассоциация связей с общественностью (СО)</p> <p>Организации, занимающиеся общественным регулированием рекламной деятельности</p> <p>Тема 5. Крупнейшие международные и национальные PR -агентства</p> <p>Вопросы для обсуждений на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>Международные PR-агентства: история, достижения, тенденции развития.</p> <p>Характерные особенности крупнейших международных профессиональных объединений в области СО.</p> <p>Российские PR-агентства: история, состояние, направления развития. Услуги ведущих PR-агентств. Структура, штаты, бюджет.</p> <p>Современное состояние и тенденции развития рынка PR-услуг в Российской Федерации, Приволжском федеральном округе</p>
<p>Раздел 2. Объект и задачи PR-деятельности</p> <p>Тема 6. Структура PR-деятельности</p> <p>Вопросы для обсуждения</p> <p>Структура внешней общественности, ключевые и приоритетные группы внешней общественности.</p> <p>Структура внутренних коммуникаций в организации.</p> <p>Позиции, подверженные PR-влиянию: ценности, потребности, интересы, отношения, мнения, действия.</p> <p>Взаимосвязь между эффективностью и позицией PR-влияния.</p> <p>Механизм PR-деятельности: объект – посредник – послание – СМИ и другие каналы коммуникации – барьеры восприятия информации – целевые аудитории.</p> <p>Проверка домашнего задания</p> <p>Составьте сравнительную таблицу «Формулы PR-деятельности: RACE, AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR».</p> <p>Тема 7. Общественность и общественное мнение</p> <p>Вопросы для обсуждения на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>Общественность как социально-культурный феномен.</p> <p>Предпосылки активизации общественности.</p> <p>Выявление событий (проблемных ситуаций) повышенной социальной значимости, их экспертиза и стимулирование широкого обсуждения.</p> <p>Политические, юридические, экономические и социально-культурные последствия общественных дискуссий.</p> <p>Виды и уровни интенсивности общественных резонансов.</p> <p>Общественное мнение, факторы его формирования. Функция социального контроля.</p> <p>Современные концепции исследования общественности и общественного мнения. "Спираль молчания".</p> <p>Тема 8. Организация и коммуникативное поведение</p> <p>Вопросы для обсуждения на учебной конференции (доклады с презентацией)</p> <p>Соотношение корпоративных и общественных интересов, особенности публичной их презентации.</p> <p>Понятия "корпоративного гражданства" и "корпоративной социальной ответственности".</p> <p>Неопределенность, риск и выбор в стратегиях корпоративного поведения.</p>

<p>Стратегическое управление репутацией организации (Issues Management). Технологии установления и поддержания связей фирмы с гражданскими ассоциациями и контролирующими органами государства (Public Affairs). Тема 9. Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа Вопросы для обсуждения Имидж современной корпорации: понятие, уровни, функции. Позиционирование образа фирмы и его технологическое воплощение. Базовые элементы корпоративной идентичности: система именованных, символов, мифов, ритуалов. Корпоративный этос как ядро организационной культуры, его кодификация. Ритуалы, тренинги, корпоративные мероприятия. Взаимосвязь корпоративной идентичности с миссией организации, природой бизнеса. Имидж и паблисити. Тема 10. Оценка эффективности в PR Вопросы для обсуждения Ключевые принципы оценки эффективности в PR. Критерии оценки эффективности в PR. Методы оценки эффективности. Практические выводы в результате оценки эффективности. Проверка домашнего задания Составьте сравнительную таблицу «Подходы к оценке эффективности PR-деятельности». Раздел 3. PR-технологии Тема 11. Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью Вопросы для обсуждения Проектирование желаемого отклика целевых групп. Использование массовых стереотипов, ожиданий, фобий. Роль социальных схематизмов и групповых решений. Манипулятивные техники: провоцирование, давление общественного авторитета, "айки-до". Использование "виртуальных событий" и слухов. Компрометирующие данные и коммуникативные уловки, применяемые в информационных войнах. Этически неприемлемые и незаконные методы в PR- практике. Тема 12. Процедурные технологии PR Вопросы для обсуждения на учебной конференции (групповые доклады с презентацией) Фасилитация: понятие, цели, задачи. Основные элементы фасилитации. Динамика группового процесса. Этапы фасилитации. Регламентированная фасилитация. Фасилитация при проведении больших собраний. Фасилитация с экспертными группами. Медиация: понятие, цели, задачи. Стадии медиаторского процесса. Типы медиаторских сессий. Регламентированная медиация. Тема 13. Модульные технологии в реализации PR-проектов Вопросы для обсуждения Понятие модульной технологии. Контекст проекта. Комплект базовых материалов. Набор идентификационных признаков. Пул информационной поддержки. Презентация. Информационный модуль на выставке. Инициирование внимания значимых государственных и общественных деятелей. «Круглый стол». Кульминационное действие. Практические занятия Раздел 1. Тема 1. Связи с общественностью как профессия Здание 1. Проанализируйте рынок труда в Самарской области по объявлениям о найме на сайтах Работа63.ru, hh в сфере «Реклама, PR, маркетинг». Составьте список востребованных должностей. На основе найденных объявлений составьте списки: а) требований к навыкам специалистов; б) должностных обязанности специалиста по связям с общественностью и рекламе. Задание 2. Сопоставьте данные о востребованных навыках и выполняемых функциях специалистов по рекламе и связям с общественностью с компетенциями, указанными в ФГОС ВО 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Тема 2. Профессиональные издания и форумы в области СО и смежных специальностей Задание 1. Составьте библиографический список актуальных статей из профессиональных журналов по рекламе, PR и медиарелейшнз по теме «Фирменный стиль организации» Задание 2. На сайте конкурсов по связям с общественностью «Серебряный лучник» и «Хрустальный апельсин» найдите, выпишите и проанализируйте требования, предъявляемые к PR-проектам. Задание 3. Составьте список фестивалей в области PR для студентов, проводимых в текущем году. Укажите сроки их проведения и условия участия. Тема 3. Связи с общественностью и другие смежные специальности в Самарской области и Поволжском регионе Задание 1. Составьте список учебных заведений, в которых проходит PR-обучение в Приволжском федеральном округе, в том числе в</p>
--

<p>Самарской области. Укажите профили, особенности программ.</p> <p>Задание 2.</p> <p>Составьте базу данных региональных коммуникационных и PR-агентств. Укажите в ней: название организации, ФИО руководителя, перечень услуг, специфику работы, ведущих клиентов.</p> <p>Раздел 2. Объект и задачи PR-деятельности</p> <p>Тема 4. Структура PR-деятельности</p> <p>Задание 1. Нарисуйте схематично структуру внешней общественности банка/производственного предприятия/органа местной власти/общественной организации (студентом выбирается конкретная организация). Укажите для нее ключевые и приоритетные группы внешней общественности.</p> <p>Задание 2. Проанализируйте послания для целевых аудиторий выбранной организации на официальном сайте организации с точки зрения формулы соблюдения формулы AIDA.</p> <p>Тема 5. Организация и коммуникативное поведение</p> <p>Задание 1. Сравните программы «корпоративной ответственности» двух компаний «Самаранефтегаз» и «Леруа Мерлен».</p> <p>Составьте сравнительную таблицу.</p> <p>Тема 6. Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа</p> <p>Задание 1. На основании анализа корпоративных роликов «Леруа Мерлен» выделите и охарактеризуйте основные элементы корпоративной идентичности: миссия, видение, фирменный стиль, система именованных, символов, мифов, ритуалов.</p> <p>Модуль 3. PR как управленческая деятельность</p> <p>Тема 7. Управление системой Public Relations</p> <p>Кейс. Кризисные коммуникации ПАО «РусГидро» во время аварии на Саяно-Шушенской ГЭС.</p> <p>Тема 8. Планирование и организация проведения PR-кампании</p> <p>Задание 1. Проанализируйте PR-проект ПАО «РусГидро» «Как воевали плотины» по следующему плану: жизненный цикл, цели, стратегии. Команда проекта. Планирование, координация и контроль за ходом проекта. Сбор данных. Установление стратегических приоритетов и утверждение концепции кампании. Стратегическая концепция, тактический план действий, сценарий акции.</p> <p>Задание 2. Составьте критерии оценки эффективности рассмотренного PR-проекта. Попробуйте самостоятельно оценить эффективность проекта по этим критериям.</p> <p>Раздел 3. PR-технологии</p> <p>Тема 9. Каналы коммуникаций и их использование в PR-практике</p> <p>Задание 1. Проанализируйте медиакиты региональных телеканалов.</p> <p>Задание 2. Проанализируйте медиакиты региональных радиостанций.</p> <p>Задание 3. Проанализируйте медиакиты региональных интернет-изданий.</p> <p>Задание 4. Проанализируйте медиакиты региональных печатных изданий.</p> <p>Задание 5. Создайте имиджеформирующую косвенную информацию для кандидата (слухи, сплетни, легенды, мифы).</p> <p>Тема 10. Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг</p> <p>Задание 1. Заполните детали договора о спонсорской поддержке для СГОО ДИИД «Парус надежды».</p> <p>Задание 2. Создание краудфандингового проекта по благоустройству дворовой территории.</p> <p>Тема 11. Выставочная деятельность в PR-практике</p> <p>Выставочно-ярмочная деятельность. Цель выставки. Предмет выставки. Концепция выставки. Сценарий деловой, культурной и мотивационной программы выставки. Система организованного рынка выставочных услуг. Цели и задачи выставочного маркетинга. Оценка коммуникационных эффектов от участия в выставке.</p> <p>Задание 1. Составьте программу участия в выставке «Образование. Наука. Бизнес» на площадке ВК «ЭкспоВолга» для ФГБОУ ВО «СГСПУ».</p> <p>Задание 2. Рассчитайте бюджет такого участия.</p> <p>Тема 12. Гостеприимство в PR-практике</p> <p>Задание 1. Составьте программу текущего приема для франчайзи сети фитнес-клубов «X-fit».</p>			
5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)			
Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине			

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1.	Связи с общественностью: определения, структура, функции	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы. Составление таблицы «Современные трактовки маркетинг-микс».	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2.	Исторические особенности становления и развития индустрии PR	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
3.	Специализации связей с общественностью: сходства и различия	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
4.	Международные профессиональные	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

	объединения специалистов в области СО и смежных специальностей	списка литературы.	вопросы по разделу письменно или устно.
5.	Крупнейшие международные и национальные PR - агентства	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
6.	Профессиональные издания и форумы в области СО и смежных специальностей	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
7.	Структура PR-деятельности	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
8.	Общественность и общественное мнение	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
9.	Целевые и ключевые аудитории современной корпорации	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
10.	Организация и коммуникативное поведение	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
11.	Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
12.	Оценка эффективности в PR	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
13.	Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
14.	Процедурные технологии PR	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
15.	Модульные технологии в реализации PR- проектов	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
16.	Каналы коммуникаций и их использование в PR-практике	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
17.	Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
18.	Выставочная деятельность в PR-практике	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
19.	Гостеприимство в PR-практике	Освоение материала лекции. Подготовка к практическим занятиям с использованием списка литературы.	Конспект лекций. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор студента

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
-------	-----------------	---	-----------------------

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

1.	Исторические особенности становления и развития индустрии PR	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2.	Организация и коммуникативное поведение	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3.	Оценка эффективности в PR	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
4.	Спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3. Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Китчен Ф.	Паблик рилейшнз: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546	М.: Юнити-Дана, 2015

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Блюм М.А.	PR-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39352	Тамбов: Издательство ТГТУ, 2004
Л2.2	Булатова С.Н.	Теория и практика связей с общественностью: учебное	Кемерово: КемГУКИ, 2012
Л2.3	Крупенков В.В.	Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-	М.: Евразийский открытый
Л2.4	Петелин В.Г.	Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник	М.: Юнити-Дана, 2015
Л2.5	Уокер Д.	Введение в гостеприимство: учебное пособие	М.: Юнити-Дана, 2015
Л2.6	Чернышева Т.Л.	Связи с общественностью: учебное пособие	Новосибирск: НГТУ, 2012

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC

- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite

- GIMP

- Microsoft Office 2016 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)

- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Skype for Business, OneDrive, SharePoint Online)

- Microsoft Windows 10 Education

- Microsoft Windows 7/8.1 Professional

- XnView

- Архиватор 7-Zip
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»
6.3 Перечень информационных справочных систем
- Elsevier (база данных «Freedom Collection» и коллекции электронных книг «Freedom Collection eBook collection», национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)
- SCOPUS издательства Elsevier
- SpringerNature (национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)
- База данных международных индексов научного цитирования Web of Science
- БД «Polpred.com. Обзор СМИ»
- УИС РОССИЯ
- ЭБС «E-LIBRARY.RU»
- ЭБС «ЛАНЬ»
- ЭБС «РУКОНТ» (Контекстум)
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- ЭБС «ЮРАЙТ» (Коллекция Легендарные книги)
- Информационно-образовательная программа «Росметод»
- СПС «ГАРАНТ-Аналитик»
- СПС «Консультант-Плюс»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	<p>Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.</p> <p>Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт.</p>
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.

Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.

Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Курс 2 Семестр 3

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Модуль 1.1. Теория			
Текущий контроль по модулю:			
1	Аудиторная работа	12	20
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	13	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		3	5
Промежуточный контроль		28	50
Модуль 1.2. Практика			
1	Аудиторная работа	20	32
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	3	6
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		5	7
Промежуточный контроль		28	50
Итого		56	100
Промежуточная аттестация		0	15

Курс 2 Семестр 4

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Модуль 2.1. Теория			
Текущий контроль по модулю:			
1	Аудиторная работа	12	20
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	13	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		3	5
Промежуточный контроль		28	50
Модуль 2.2. Практика			
1	Аудиторная работа	20	32
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	3	6
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		5	7
Промежуточный контроль		28	50
Итого		56	100
Промежуточная аттестация		0	15

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество	Максимальное количество
--------------	--	------------------------	-------------------------

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

		баллов	баллов
Модуль 3.1. Теория			
Текущий контроль по модулю:			
1	Аудиторная работа	12	20
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	13	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		3	5
Промежуточный контроль		28	50
Модуль 3.2. Практика			
1	Аудиторная работа	14	20
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	9	12
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	0	5
Контрольное мероприятие по модулю		5	7
Промежуточный контроль		28	50
Итого		56	100
Промежуточная аттестация		0	15

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Курс 2 Семестр 3

Вид контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по модулю 1.1. Теория		
Аудиторная работа	Ведение конспектов лекций, обратная связь с лектором 1 балл за тему – конспекты фрагментарный, плохо оформленный; 2 балла за тему – конспекты полные, хорошо оформленные; студент задает вопросы, отвечает на вопросы лектора.	Темы Модуля 1. Образовательные результаты: знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности; умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности; владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Самостоятельная работа (обяз.)	Доработка конспектов лекций 1 балл за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения отсутствуют. 2 балла за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения существенны по содержанию.	
Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 5 вопросов За выполненное задание выставляется от 3 до 5 баллов.	
Текущий контроль по модулю 1.2. Практика		
Аудиторная работа	Работа на практических занятиях: Участие в обсуждении вопросов, анализ и оценка ответов сокурсников 1 балл – пассивное присутствие на занятии; 2 балла – участие в выполнении / проверке одного упражнения; 3 балла – активное участие в выполнении / проверке всех упражнений. Лабораторные задания к темам 1-3. Выполнение каждого задания оценивается в 5 баллов	Темы Модуля 1. знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности; умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности;
Самостоятельная работа (обяз.)	Выполнение домашних заданий к практическим Составление сравнительной таблицы «Связи с общественностью. Пропаганда. Реклама». Обзор федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (бакалавриат, магистратура) в сфере коммуникаций 1 балл – в работе более 3 серьезных ошибки 2 балла – в работе 2 серьезные ошибки; 3 балла – в работе не более 1 ошибки	

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 7 вопросов За выполненное задание выставляется от 5 до 7 баллов.	
Промежуточная аттестация	Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине. 15 баллов	

Курс 2 Семестр 4

Вид контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по модулю 2.1. Теория		
Аудиторная работа	Ведение конспектов лекций, обратная связь с лектором 1 балл за тему – конспекты фрагментарный, плохо оформленный; 2 балла за тему – конспекты полные, хорошо оформленные; студент задает вопросы, отвечает на вопросы лектора.	Темы Модуля 2. Образовательные результаты: знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности; умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности; владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Самостоятельная работа (обяз.)	Доработка конспектов лекций 1 балл за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения отсутствуют. 2 балла за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения существенны по содержанию.	
Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 5 вопросов За выполненное задание выставляется от 3 до 5 баллов.	
Текущий контроль по модулю 2.2. Практика		
Аудиторная работа	Работа на практических занятиях: Участие в обсуждении вопросов, анализ и оценка ответов сокурсников 1 балл – пассивное присутствие на занятии; 2 балла – участие в выполнении / проверке одного упражнения; 3 балла – активное участие в выполнении / проверке всех упражнений.	Темы Модуля 2. Образовательные результаты: знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности;

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

	Лабораторные задания к темам 4-6. Выполнение каждого задания оценивается в 5 баллов	умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности; владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Самостоятельная работа (обяз.)	Выполнение конспектов к практическим занятиям 1 балл за тему – конспект имеет библиографическую ссылку на источник и постраничные сноски 2 балл за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения отсутствуют. 3 балла за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения существенны по содержанию.	
Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 7 вопросов За выполненное задание выставляется от 5 до 7 баллов.	
Промежуточная аттестация	Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине. 15 баллов	

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по модулю 3.1. Теория		
Аудиторная работа	Ведение конспектов лекций, обратная связь с лектором 1 балл за тему – конспекты фрагментарный, плохо оформленный; 2 балла за тему – конспекты полные, хорошо оформленные; студент задает вопросы, отвечает на вопросы лектора.	Темы Модуля 3. знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности; умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности; владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Самостоятельная работа (обяз.)	Доработка конспектов лекций 1 балл за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения отсутствуют. 2 балла за тему – в конспекте графически выделено главное, дополнения существенны по содержанию.	
Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 5 вопросов	

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

	За выполненное задание выставляется от 3 до 5 баллов.	
Текущий контроль по модулю 3.2. Практика		
Аудиторная работа	Работа на практических занятиях: Участие в обсуждении вопросов, анализ и оценка ответов сокурсников 1 балл – пассивное присутствие на занятии; 2 балла – участие в выполнении / проверке одного упражнения; 3 балла – активное участие в выполнении / проверке всех упражнений. Лабораторные задания к темам 7-8. Выполнение каждого задания оценивается в 5 баллов	Темы Модуля 3. Образовательные результаты: знает научные основы связей с общественностью как вида профессиональной деятельности; умеет строить отношение организации с ее группами общественностями; владеет современными технологиями связей с общественностью. знает принципы планирования и этапы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; умеет разрабатывать необходимое документационное обеспечение PR-деятельности;
Самостоятельная работа (обяз.)	Выполнение домашних заданий к практическим Составьте сравнительную таблицу «Паблицити и Public Relations». Составьте таблицу «Подходы к определению понятия стратегического планирования». Составьте сравнительную таблицу «Отличие PR-кампании от рекламной кампании». Составьте сравнительную таблицу «Подходы к оценке эффективности PR-деятельности». 1 балл – в работе более 3 серьезных ошибки 2 балла – в работе 2 серьезные ошибки; 3 балла – в работе не более 1 ошибки	владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат и сообщение по одной или нескольким темам. Реферат должен быть написан с использованием научной литературы, оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным работам, и публично защищен в рамках аудиторных занятий. Работа по написанию и защите реферата на 1 тему оценивается в 5 баллов.	
Контрольное мероприятие по модулю	Тестирование. 7 вопросов За выполненное задание выставляется от 5 до 7 баллов.	
Промежуточная аттестация	Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине. 15 баллов	