

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: Пономарев Николай Филиппович

Рабочая программа дисциплины

**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ (РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)**

Код УМК 94215

**Утверждено
Протокол №11
от «21» мая 2021 г.**

Пермь, 2021

1. Наименование дисциплины

Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

УК.2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Индикаторы

УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели

УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

УК.9 Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Индикаторы

УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения

ОПК.10 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Индикаторы

ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	заочная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	1,2
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	12
Проведение лекционных занятий	8
Проведение практических занятий, семинаров	4
Самостоятельная работа (ак.час.)	96
Формы текущего контроля	Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (2 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)

Связи с общественностью и маркетинг. Медиасфера и медиакоммуникации. Трансмедийные кампании.

Цели и задачи связей с общественностью

Массовая коммуникация. Медиасфера. Медиа-агенты и медиа-юзеры. Актеры и целевые группы. Ресурсы. Стратегии социального воздействия. Манипуляции.

Связи с общественностью, маркетинг и реклама

Прагматические коммуникации. Фрейминг. Установка повестки дня. Репутация. Медиа-образы. Визуализации.

Технологии связей с общественностью

Медиапродукты. Каналы коммуникации. Космелиа и трансмедиа. Коммуникативные кампании. Мемористика.

Сторителлинг и геймификация

Корпоративный сторителлинг. Политический сторителлинг. Инфотейнмент. Адвертейнмент.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/448047>

Дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Ясинская, М. Б. Литература : практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
3. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швеиц. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
4. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03934-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/121400>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://advtime.ru>; Время рекламы

www.advertology.ru; Адвертология

<http://www.media-online.ru> Онлайн-коммуникации

<http://www.mediaguide.ru> Медиагайд

www.allbranding.ru; Брендинг

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Приложение позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель).

Программа просмотра интернет контента (браузер).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для лекционных занятия, занятий семинарского типа (семинаров, практических занятий), групповых (индивидуальных) консультаций и текущего контроля необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными

компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.10

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности	Знает основные принципы социальной ответственности в сфере массовых коммуникаций. Умеет разрабатывать коммуникативные кампании в соответствие с принципами социальной ответственности. Владеет навыками согласования коммуникативных кампаний с принципами социальной ответственности.	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> Не знает принципы социальной ответственности. Не умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. Не владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний. <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> Достаточно знает принципы социальной ответственности. Достаточно умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. Достаточно владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний. <p style="text-align: center;">Хорошо</p> На приемлемом уровне знает принципы социальной ответственности. На приемлемом уровне умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. На приемлемом уровне владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний. <p style="text-align: center;">Отлично</p> В полной мере знает принципы социальной ответственности. В полной мере умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. В полной мере владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний.

УК.2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	Знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации	<p>Неудовлетворител</p> Не знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Не умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Не владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели	Знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Владеет навыками	<p>Удовлетворительн</p> На приемлемом уровне знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений На приемлемом уровне умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений На приемлемом уровне владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации
		<p>Хорошо</p> В достаточной мере знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений В достаточной мере умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений В достаточной мере владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации
		<p>Отлично</p> Досконально знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Досконально умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Досконально владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации
		<p>Неудовлетворител</p> Не знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Не умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Не владеет

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.	<p>Неудовлетворител навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Удовлетворительн Достаточно знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Достаточно умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Достаточно владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Хорошо На приемлемо уровне знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. На приемлемо уровне умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. На приемлемо уровне владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Отлично Досконально знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Досконально умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Досконально владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p>

УК.9

Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения	Знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе Владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и	<p>Неудовлетворител Не знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Не умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Не владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Удовлетворительн Достаточно знает этические нормы </p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	рекламе	<p>Удовлетворительн поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Достаточно умеет прогнозировать последствия нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Достаточно владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. На приемлемом уровне умеет прогнозировать последствия нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. На приемлемом уровне владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Отлично Досконально знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Умеет профессионально прогнозировать последствия нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Владеет устойчивыми навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : заочная 2019

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности	Связи с общественностью, маркетинг и реклама Письменное контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками соблюдения принципов социальной ответственности в маркетинговых коммуникациях
	Технологии связей с общественностью Письменное контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками использования оптимальных маркетинговых технологий для продвижения товаров и услуг

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности	Сторителлинг и геймификация Итоговое контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками использования оптимальных маркетинговых технологий для продвижения товаров и услуг с учетом принципов социальной ответственности

Спецификация мероприятий текущего контроля

Связи с общественностью, маркетинг и реклама

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
История подтверждает правильность морального императива пословицы	10
История оформлена должным образом	10
История содержит как минимум название, экспозицию, кульминацию и развязку	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Технологии связей с общественностью

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Проект содержит не менее 15 современных коммуникативных технологий	10
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
Проект содержит базовые структурные элементы (целевая группа, партнеры, задачи, локации, ядерный медиапродукт)	10

За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Сторителлинг и геймификация

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Меморатив содержит название, экспозицию, кульминацию и развязку	10
Меморатив состоит не менее чем из 25 связанных с кампанией и селебрити-персоной мемов и визуализаций	10
Меморатив оформлен должным образом	10
Меморатив сопровождается выразительным саундтреком	5
Авторские комментарии выполнены на разговорном русском языке без грамматических ошибок	5
За каждую ошибку снимается один балл.	-1