

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЦЕНТРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПУТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ПГУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и публичного дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций

Черетвиль О.С.

18.08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ PR-технологии в медиасреде

По направлению подготовки 42.04.01 Психологическое дело

(уровень магистратуры)

Программа «Административная – Решитель: средства массовой информации»

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная

Курс – 1 (2 семестр)

Путинск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины PR-технологии в рекламе является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.03 Реклама и связи с общественностью (Программа магистратуры Рекламист-специалист массовой информации) очной формы обучения.

Составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 513 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации №СЗ от 21 мая 2014 года № 332н (с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н), от 04 августа 2014 года № 538н, от 17 января 2017 года № 40н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

д.и.н., ф.и.н., и.и.н., д.и.н. кафедры журналистики и публицистики ФГБОУ ВО «Донской государственный педагогический университет» Кузнецова Елена Александровна.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и публицистики Двфа «11 09 2024 г.», протокол № 1
Заведующий кафедрой Кузнецова Е.А. Кузнецова Е.А.

СОДЕРЖАНИЕ на заседании Учебно-методической комиссии Института журналистики и коммуникаций

«11 09 2024 г.», протокол № 1

Председатель

Миндихов О.В. О.В. Миндихов

СОГЛАСОВАНО:

Институт журналистики и коммуникаций

Савинов В.В. В.В. Савинов
«11 09 2024 г.»

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цели:

- ознакомление магистрантов с теоретическими основами современных связей с общественностью в медиасреде;
- формирование представления о разных технологиях успешного продвижения объекта PR-деятельности при помощи медиа;
- изучение специфики пиар-текста и его подготовки.

Задачи:

- изучить технологии подготовки пиар-текстов для различных медиа;
- разрабатывать стратегии формирования репутации и имиджа субъекта публичных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: знания в области связей с общественностью, навыки информационного поиска.

Дисциплина «Пиар-технологии в медиасреде» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 4 (ДВ.4), части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.04.03 «Издательское дело». Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.04.02.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплины «Типология СМИ», взаимосвязано с такими дисциплинами как «Современные зарубежные СМИ», «Информационная политика и безопасность», «Современные медиасистемы».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
	Общепрофессиональных	
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: методику анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.2. Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов при их разностороннем освещении в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.3. Владеть: принципом беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиапродуктах при освещении	Знает: сущность публичных отношений как специфического вида информационно-коммуникационной деятельности, его отличия от журналистики; особенности и закономерности формирования общественного мнения в PR; специфику применения разнообразных технологий и инструментов PR-коммуникации в зависимости от поставленных задач и типа организации; основы антикризисного менеджмента, в том числе стратегию управления кризисами. Умеет: применять принципы и технологии PR-коммуникации для достижения доверия и взаимопонимания между организацией и общественностью; разрабатывать стратегию PR-деятельности и осуществлять на практике комплексные PR-проекты, т. е. владеть навыками проектной деятельности; выстраивать

	деятельности общественных и государственных институтов	гармоничную и эффективную коммуникацию между субъектом пиар и целевыми аудиториями. Владеет навыками: анализа технологий ПР-деятельности в ее основных областях, прежде всего таких, как бизнес и политика; владеть навыками антикризисного менеджмента.
--	--	--

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины	108 (3 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:	36	
Лекции	14	
Семинарские занятия		
Практические занятия	22	
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект		
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	27	
Самостоятельная работа студента (всего)	45	
Форма аттестации	Экзамен	

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Темы соответствуют названиям тем лекционного материала и темам семинарских занятий.

Тема 1. Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.

Связи с общественностью в контексте массовых коммуникаций. Управление корпоративными коммуникациями. Связи с общественностью в структуре медиаотношений.

Тема 2. Сущность и специфика современных публичных релейшнз.

Системообразующие и системные факторы формирования связей с общественностью. Взаимодействие корпоративными коммуникациями. Синергетика коммуникативных процессов в связях с общественностью.

Тема 3. Коммуникационные технологии PR.

Технологии пиар в политической сфере: работа над имиджем избирающегося и избранного лидера. Работа в условиях кризиса. Специфика кризисных связей с общественностью.

Тема 4. Информационные PR-технологии.

Особенности пиар-технологий на информационном рынке. Пресс-релиз. Пресс-события. Информационный повод.

Тема 5. Формирование имиджа и репутации средствами PR.

Понятия имидж и репутация в сфере связей с общественностью. Специфика работы с имиджем в бизнес-сфере. Формирования имиджа и репутации в политической сфере.

Тема 6. Текстология PR.

Пиар-текст и современные концепции. Технологии подготовки пиар-текстов.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1.	Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.	2	
2.	Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.	2	
3.	Коммуникационные технологии PR	2	
4.	Информационные PR-технологии.	2	
5.	Формирование имиджа и репутации средствами PR.	4	
6.	Текстология PR.	2	
Итого:		14	

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1	Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.	4	
2	Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.	4	
3	Коммуникационные технологии PR	4	
4	Информационные PR-технологии.	4	
5	Формирование имиджа и репутации средствами PR.	4	
6.	Текстология PR.	2	
Итого:		22	

4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Работа с имиджем действующего политика	доклад	6	
2	Репутационные ПР-технологии: мировой и постсоветский опыт.	Устный доклад с презентацией	7	
3	Новейшие PR-технологии в бизнес-сфере.	реферат	7	
4	Современные избирательные компании в условиях обострения информационной войны	доклад	6	
5	Имидж лидера государства	доклад	6	
6	Корпоративные коммуникации в сфере пиар (примеры успешных взаимодействий)	доклад	6	
7	Новейшие рекламные ПР-технологии	Доклад (конкретные примеры)	7	

Итого:		45	
---------------	--	-----------	--

4.7. Курсовые работы - не предусмотрены.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков используются активные (лекционные, семинарские занятия, защита рефератов, подготовка докладов и информационных сообщений, тестирование) и интерактивные формы проведения занятий (компьютерные презентации, деловые и ролевые игры, анализ конкретных проблемных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов при подготовке к лекциям и практическим занятиям.

Работа в команде: совместная работа студентов при выполнении групповых домашних заданий по теме «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

- тестирование;
- реферат;
- конспектирование научных статей;
- контрольные работы.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме письменного экзамена и включает в себя ответы на теоретические вопросы и выполнение практического задания.

Баллы, которые получают студенты дневной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
2 семестр	
Подготовка к практическим занятиям	50
Контрольная модульная работа	30
Контроль самостоятельной работы	20
Итого за 2 семестр	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	

Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к	Зачтено
--------	--------------	---	---------

		максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. – М., 2012. – 324 с.
2. Гогуадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учебное пособие / М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. – Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021. – 222 с. – ISBN 978-5-907324-36-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/220271> (дата обращения: 21.12.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М., 2000.

4. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2000. – 528 с.
5. Крахин, А. В. Информационные технологии в PR-менеджмент : учебное пособие / А. В. Крахин. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 157 с. – ISBN 978-5-9765-4665-3. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/176984> (дата обращения: 21.12.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная литература:

1. Бове К.Л., Арнс В.Ф. Современная реклама. – М.: Довгань, 1995.
2. Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. – М.: РИП-Холдинг, 1998.
3. Бороноева Т.А. Современный рекламный менеджмент: учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2003.
4. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского. – М.: Изд.-во "РАГС", 2001.
5. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: учебник / Под ред. проф. Васильева Г. А. – М.: ЮНИТИ, 1998.
6. Хейг М. Электронный PublicRelation / Пер.с англ.– М.:ФАИР-ПРЕСС, 2002.
7. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб: Изд.-во СПб-го ун-та, 1999.
8. PR-сегодня: новые подходы, исследования, международная практика/Пер. с англ.–М.: КГ "ИМИДЖ-контакт", 2002.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран).

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google», «Chrome»); программы, демонстрации видеоматериалов (например, проигрыватель «WindowsMediaPlayer»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

[illegible][illegible]