

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВПО «ЛГУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

 Перетяга О.А.  
« 14 » августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Основы предпринимательства

По направлению подготовки «38.03.03 Издательское дело»

Профиль: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – бакалавр

Формы обучения – очная

Курс – ОФО – 3 курс (3 семестр)

Луганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины Основы предприимчивости является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (профиль: Редактор средств массовой информации) очной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 525 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 № 538н.


**СОСТАВИТЕЛЬ:**

канд. филол. наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела  
ФГБОУ ВО «Пущинский государственный педагогический университет»  
Кузнецова Елена Александровна.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела «14» 08 2024 г., протокол № 1  
Издательский кафедрой  Е.А. Кузнецова

ОДОБРЕНО на заседании Учебно-методической комиссии  
Института филологии и социальных коммуникаций  
«14» 08 2024 г., протокол № 1

Присутствуют:

 О.В. Мырзахова

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий учебно-методическим отделом

 В.В. Селезнев  
«15» 08 2024 г.

## 1. Цели и задачи учебной дисциплины

### Цели:

- ознакомление магистрантов с теоретическими основами современных технологий в различных сферах PR-деятельности;
- формирование представления о разных технологиях успешного продвижения объекта PR-деятельности в зависимости от сферы коммуникативного пространства;
- изучение основных понятий, терминов и методик по созданию, функционированию и оценки PR-деятельности в различных сферах.

### Задачи:

- дать возможность студентам попробовать свои силы в применении изучаемых технологий в традиционных сферах применения связей с общественностью;
- работать с широкой палитрой информационных баз.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

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

Дисциплина «Основы пиар-деятельности» входит в Дисциплины (модули) по выбору 10 (ДВ.10) учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело». Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.10.02.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплины «Реклама и пиар-кампания», взаимосвязано с такими дисциплинами как «Информационная политика и безопасность в медиасреде», «Современные медиасистемы», «Продвижение СМИ на рынке».

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1. ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ИД-2. ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории, спрос на продукцию и (или) использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевой аудитории / общественности при создании продуктов профессиональной деятельности.	<b>Знает:</b> профессиональные стандарты, специфику и технологии создания авторских текстов. <b>Умеет:</b> создавать авторские материалы, на основе современных технологий и профессиональных стандартов, глубоко разбираться в их особенностях. <b>Владеет навыками:</b> создания авторского медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности.

## 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	72 (2 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	28	

<b>часов), в том числе:</b>		
Лекции	14	
Семинарские занятия		
Практические занятия	14	
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект		
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	4	
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>40</b>	
Форма аттестации	Зачет	

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины

Темы соответствуют названиям тем лекционного материала и темам семинарских занятий.

Тема 1. Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.

Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью. Формирование технологий связей с общественностью. Функции связей с общественностью в современных реалиях. Модели функционирования пиар-деятельности.

Тема 2. Связи с общественностью в кризисных ситуациях

Типология кризисов. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о риске. Управление в условиях кризиса. Коммуникация в кризисных ситуациях. Факторы успеха. Борьба со слухами.

Тема 3. Государственные технологии. Создание имиджа государства.

Философия государственных связей с общественностью. Создание имиджа государства. Философия государственных связей с общественностью. Задания в сфере государственных связей с общественностью: западный опыт. Специфика работы над имиджем власти в России.

Тема 4. Пиар-деятельность в политической сфере

Этапы развития политических ПР-технологий. Современные избирательные технологии связей с общественностью. Пиар-технологии во время избирательного процесса.

Тема 5. Связи с общественностью в экономике

Репутационный капитал ПР. Фирменный дизайн. Фирменные ПР-акции.

ПР как средство деловой коммуникации

Тема 6. Социальные пиар-технологии.

Понятие и особенности социальных ПР-технологий. Благотворительность. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный ПР в сфере культуры.

#### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
	<b>5 семестр</b>		
1.	Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.	2	
2.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	2	
3.	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	2	
4.	Пиар-деятельность в политической сфере	4	

5.	Связи с общественностью в экономике	2	
6.	Социальные пиар-технологии	2	
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	

#### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1	Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.	4	
2	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	2	
3	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	2	
4	Пиар-деятельность в политической сфере	2	
5	Связи с общественностью в экономике	2	
6.	Социальные пиар-технологии	2	
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	

#### 4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены.

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Новейшие политические ПР-технологии	доклад	4	
2	Правительственные ПР-технологии: мировой и постсоветский опыт.	Устный доклад с презентацией	8	
3	Новейшие рекламные и PR-технологии в бизнес-сфере.	реферат	4	
4	Избирательные компании в США и РФ: отличия и сходства	доклад	4	
5	Имидж президента РФ в российских и мировых СМИ	доклад	4	
6	Образ силовых структур в СМИ	доклад	8	
7	Новейшие рекламные ПР-технологии	Доклад (конкретные примеры)	8	
<b>Итого:</b>			<b>40</b>	

#### 4.7. Курсовые работы - не предусмотрены данной дисциплиной.

#### 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 очной/заочной форм обучения**

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
5 семестр	
Подготовка к практическим занятиям	30
Контрольная модульная работа	30
Контроль самостоятельной работы	10
Зачет	30
Итого	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	<b>А</b> – 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	Зачтено
Хорошо	83–89	<b>В</b> – 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 максимальному	
Хорошо	75–82	<b>С</b> – 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	<b>D</b> – 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	<b>E</b> – 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	<b>FX</b> – 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	<b>F</b> – 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. Геращенко Л.Л. Азбука рекламы. – М.: ООО Издательский дом «Диаграмма», 2005.
2. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М., 2000.
3. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2000. - 528 с.

### б) дополнительная литература:

1. Бове К.Л., Аренс В.Ф. Современная реклама. – М.: Довгань, 1995.
2. Борисов Б.Л. Реклама и Пабликрилейшнз. 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.
9. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2004.
10. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: Учебник. – 7-е изд., пере раб. и доп. – М: Издательско-торговая корпорация „Дашков и К”, 2004.

**в) Интернет-ресурсы:**

Электронные библиотеки:

<http://cyberleninka.ru/>

<http://www.nbuv.gov.ua/>

<http://journlib.univ.kiev.ua/>

**8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд 1-316); газетный и журнальный фонд кафедры.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер), газетный и журнальный фонд кафедры.

Прочее: рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.



[illegible][illegible]