

**Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»**

**Институт государственного управления и
социально-гуманитарных наук
Кафедра рекламы и связей с общественностью**



Е.М. Бобкова

2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

**Б1.В.06 Технологии рекламы и связи с общественностью коммерческой
сфере
на 2024/2025 учебный год**

Направление

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль

PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Заочная

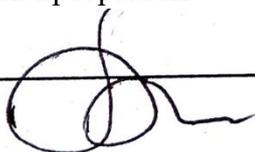
ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2024

Рабочая программа дисциплины «Технологии рекламы и связи с общественностью в коммерческой сфере» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и Основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Составитель рабочей программы:

Доцент, к. э. н. _____ И.В. Васильев

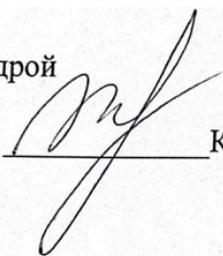


Рабочая программа дисциплины «Технологии рекламы и связи с общественностью в коммерческой сфере» обсуждена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

« 4 » сентября 2024 г., протокол № 1

Зав. выпускающей кафедрой

« 04 » сентября 2024г. _____ Колодка Л.В.



1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины: овладение студентами основами коммуникативных знаний, необходимых для реализации аналитических навыков в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- 1) обеспечить понимание основ профессиональной деятельности: профессиональных стандартов, общей методологии деятельности, а также новых технологий в области рекламы и связей с общественностью;
- 2) сформировать готовность студентов использовать полученные в рамках курса знания для анализа и развития коммуникативной политики компании;
- 3) создать условия для овладения студентами техническими средствами и программным обеспечением в области рекламы и связей с общественностью, а также основными цифровыми инструментами для реализации коммуникативной стратегии компании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к базовым дисциплинам обязательной части Блока 1.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управление агентством рекламы и связей с общественностью» предполагает формирование у обучающихся следующих компетенций и результатов обучения:

<i>Категория (группа) компетенций</i>	<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
Универсальные компетенции		
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД УК-4.1. Демонстрирует интегративные умения для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, статей, эссе, обзоров и т.д.) ИД УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные. ИД УК-4.3. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
Общепрофессиональные компетенции		
Медиа коммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя	ИД ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений

	из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИД ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект и область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический				
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым	ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн	ИД ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с различными стейкхолдерами (органами государственной власти, сообществом, локальными потребителями, общественными организациями). ИД ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

технологий	группам/группам м общественности	коммуникаци й	мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ИД ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ИД ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
------------	--	------------------	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е. / часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов

Семестр	Трудоемкость, з.е. / часы	Количество часов					Форма итогового контроля
		в том числе					
		аудиторных				сам. работа	
		всего	лекций	лаб. раб.	практич. зан.		
3	2/72	10	4	-	6	58	Зачет
Итого:	2/72	10	4	-	6	58	4

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам

№ раздела	Наименование раздела	Количество часов				
		всего	аудиторных			сам. раб.
			Л	ПЗ	ЛЗ	
1	Теоретические основы бизнес-PR	32	2	2	-	28
2	Реклама и связи с общественностью в различных сферах бизнеса	36	2	4	-	30
Итого		68	4	6	-	58
Зачет		4	-			
Всего		72	-			

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела	Кол- во часов	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
1	1	2	Технологии развития рекламы и общественных связей.	Интерактивная лекция
2	2	2	Роль и задачи PR-службы в повышении бизнес-привлекательности организации	Проблемная лекция

Итого	4	
--------------	----------	--

Практические занятия

№ п/п	Номер раздела	Кол-во часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1	1	2	Анализ технологий рекламы и связей с общественностью	Деловая игра
2	2	2	Коммуникационные каналы взаимодействия PR-компании со сферой бизнеса	Семинар-дискуссия
3		2	Ключевые функции и сообщения в деятельности PR-службы при освещении коммерческого проекта	Групповая дискуссия
Итого		6		

Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид самостоятельной работы обучающегося	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1	Задачи и функции PR-организаций в сфере бизнеса – Доклад	8 ч.
	2	Реклама и PR в недвижимости – Работа с дополнительной литературой	10 ч.
	3	Разработка тактики и стратегии работы PR – подразделения в бизнес-среде – Подготовка презентации	10 ч.
Итого по разделу часов:			28
Раздел 2	1	Технологии рекламы инновационной деятельности коммерческой организации – Доклад	10 ч.
	2	Реклама и PR в образовании – Работа с дополнительной литературой	10 ч.
	3	Оценка маркетинговой эффективности рекламной и PR-деятельности – Работа с дополнительной литературой	10 ч.
Итого по разделу часов:			30
Итого по 3 семестру:			58
Итого:			58

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрены учебным планом.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор (ы)	Год изд.	Ко л.э кз	Эл. вер	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Инновации и креативные технологии в условиях цифровизации медиаландшафта	Е. А. Зверева, А. В. Прохоров, Е. П. Семишова	2022	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/OEcRnZqS
2	Мультимедийные технологии СМИ	Н.О. Автаева, В.А.Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова	2020	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/OEcRnZqS
3	Инновации и креативные технологии в условиях цифровизации медиаландшафта	Е. А. Зверева, А. В. Прохоров, Е. П. Семишова	2022	-	+	https://mega.nz/folder/mBNG0CQB#Mo8thp37ITHiJ3EsPb_9cA/folder/OEcRnZqS
Дополнительная литература						
1	Пять шагов от менеджера до PR-директора	Горкина М. Б.	2016	-	+	http://new.znanium.com/go.php?id=917544
2	Паблик рилейшнз: принципы и практика.	Китчен Ф.	2017	-	+	http://new.znanium.com/go.php?id=1028605
3	Законы ПМР: 1) О средствах массовой информации; 2) О персональных данных; 3) Об информации, информационных технологиях и о защите информации; 4) О рекламе.		Тек. ред. по сост. на 2022-2024 г. г.	-	+	https://vspmr.org/legislation/laws/zakonodateljniie-akti-pridnestrovskoy-moldavskoy-respubliki-v-sfere-obrazovaniya-kuljturi-sporta-molodejnoj-politiki-sredstv-massovoy-informatsii-a-takje-v-sfere-realizatsii-politicheskikh-prav-i-svobod-grajdan/

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

В качестве программного обеспечения используются: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) ПГУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории университета, так и вне ее. ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы (при наличии).
- доступ в электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам).

К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины относятся:

- научная электронная библиотека ELIBRARY.RU: <http://www.elibrary.ru/>;
- энциклопедический и справочный аппарат: <http://www.iqlib.ru/>;
- энциклопедические Интернет-ресурсы (Рубрикон <http://www.rubricon.com>);
- википедия <http://Wikipedia.org>),
- Информационное и аналитическое агентство «Эксперт» - <http://expert.ru>
- Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант» - www.consultant.ru, www.garant.ru.

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Список литературы, содержащийся в рабочей программе, носит справочный характер и дает студенту представление о публикациях по заявленным темам дисциплины. Предлагаемый список изданий включает в себя основную и дополнительную, рекомендуемую для изучения литературу.

Основная литература – необходимый минимум, в который включены базовые учебники и учебные пособия по курсу, из которых студент может почерпнуть необходимый материал для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации.

В список дополнительной рекомендуемой литературы включены и нормативно-правовые акты, которые помогут студенту более глубоко и детально изучить рассматриваемые темы, подготовить интересный доклад. Кроме того, знание студентом дополнительной рекомендуемой литературы является подтверждением успешного усвоения курса.

Самостоятельная работа необходима для углубленного освоения изучаемого материала, источников литературы, развития навыков и способности работать с нормативно-законодательной базой, аналитическими материалами, статистической информацией. Самостоятельная работа должна способствовать пониманию реальных экономических и управленческих процессов в сфере поддержки предпринимательства. Самостоятельная работа студента включает: подготовку к практическим занятиям по заданию преподавателя; написание реферата, по выданной преподавателем теме, в соответствии с требованиями, приведенными в ФОС дисциплины; подготовку к аттестации.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам для проведения всех видов аудиторных занятий практической и научно-исследовательских работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в классических учебных аудиториях. Для показа слайдов, презентаций используется мультимедийная аудитория.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду (образовательному порталу «Электронный университет ПГУ») (Moodle) и сетевым ресурсам Интернета.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Важнейшей стороной любой формы обучения являются практические занятия, на которых основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание практической деятельности – решение задач, графические работы,

уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия организовываются так, чтобы постоянно ощущалось нарастание сложности выполняемых заданий, испытывались положительные эмоции и переживания собственного успеха в учении, напряженной творческой работы, поиска правильных и точных решений, обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личный потенциал.

Обязательным условием успешности практических занятий является выполнение каждым студентом всех видов внеаудиторных работ в течение семестра.

На последнем занятии подводятся итоги изучения дисциплины в группе.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 2 группа ИГ23ВР68РО семестр 3

Преподаватель – лектор: Васильев И.В.

Преподаватель, ведущий практические занятия: Васильев И.В.

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена.

Рабочая программа дисциплины «Технологии рекламы и связи с общественностью в коммерческой сфере» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и Основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки PR-технологии в современной коммуникативной индустрии.