

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

Должность: ректор

Дата подписания: 28.09.2023 12:38:00

Уникальный программный ключ:

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123ff774736789b9f0cbe

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное
учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

(НАНЦОУ ВО Академия ИМСИТ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе, доцент

_____ Н.И. Севрюгина

17 апреля 2023 г.

ФТД.02

**История рекламы и связей с общественностью
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой	Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций		
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:	
в том числе:		зачеты 2	
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	39,8		
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	16 1/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	4	16	4
Практические	16	4	16	4
Контактная работа на аттестации	0,2		0,2	
Итого ауд.	32	8	32	8
Контактная работа	32,2	8	32,2	8
Сам. работа	39,8	60	39,8	60
Итого	72	68	72	68

Программу составил(и):

К.и.н., доцент Малиш М.А.

Рецензент(ы):

кфн, доц, Никулин И.О.

Луговой А.А. директор по маркетингу и группы компании «Р –класс»

Рабочая программа дисциплины

История рекламы и связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 г. № 1456)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра рекламы и дизайна

Протокол от 14.03.2023 №8

Зав. кафедрой к.и.н., доцент Малиш М.А.

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г. Председатель НМС проф.

Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является овладение студентами прочными знаниями в области «public relations», постижение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса.
Задачи: практическая реализация основных методов формирования позитивного имиджа компании или отдельной личности, используемых в связях с общественностью; -изучение способов создания новостей, проведения представительских мероприятий	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2.1.2	История (история России, всеобщая история)
2.1.3	Культурология
2.1.4	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.5	Математика
2.1.6	Теория и практика рекламы
2.1.7	Теория и практика связей с общественностью
2.1.8	Всемирная история
2.1.9	Компьютерные технологии и информатика
2.1.10	Теория и практика рекламы
2.1.11	Теория и практика связей с общественностью
2.1.12	Теория и практика связей с общественностью
2.1.13	Математика
2.1.14	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.15	Основы журналистики
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Связи с общественностью в органах власти» опираются такие дисциплины как «Медиаанализ и медиапланирование», «Современный бизнес рекламы и связей с общественностью»,
2.2.2	«Текст в связях с общественностью»
2.2.3	Медиаанализ и медиапланирование
2.2.4	Организация и проведение коммуникационных кампаний
2.2.5	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.6	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.2.7	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
2.2.8	Всемирная история
2.2.9	Теория и практика связей с общественностью
2.2.10	Теория и практика связей с общественностью
2.2.11	Всемирная история
2.2.12	Теория и практика рекламы
2.2.13	Всемирная история
2.2.14	Математика
2.2.15	Компьютерные технологии и информатика
2.2.16	Основы журналистики
2.2.17	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.18	Логика
2.2.19	Медиаанализ и медиапланирование
2.2.20	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.22	Производственная практика: преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр /Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Менеджмент публичных отношений: механизм деятельности					
1.1	Планирование PR: определение проблемы или возможности, разработка программы, действия, оценка /Лек/	2	1			
1.2	Организация PR-агентства (отдела): структура, состав, численность работников, задействованных в проведении PR- мероприятий. /Ср/	2	12			
	Раздел 2. Публичных отношений в системе маркетинговых					
2.1	Публичных отношений как элемент маркетингового комплекса и средство маркетинговых коммуникаций. /Лек/	2	1			
2.2	Анализ “потребителей” организации. /Лек/	2	1			
	Раздел 3. Анализ и прогноз в структуре публичных отношений					
3.1	Сфера применения методов анализа в службах публичных отношений. /Лек/	2	1			
3.2	Разработка досье, определение набора “товаров” организации, стадии жизненного цикла “товаров” /Пр/	2	2			
3.3	Фактографические и экспертные методы прогнозирования. Структурно-функциональный подход к анализу ситуации в сфере публичных отношений. Цель структурно- функционального анализа – в количественной оценке ожидаемых изменений, которые служба PR может учесть и достичь желаемых результатов. /Ср/	2	22			
	Раздел 4. Имидж и пути его формирования средствами публичных отношений					
4.1	Соотношение имиджа и стереотипа. /Пр/	2	2			
	Раздел 5. Технологии публичных отношений					
5.1	Технологии PR как обусловленная целью и объектом воздействия совокупность методов, приемов, процедур PR-деятельности, обеспечивающая достижение поставленной цели. Типовые и индивидуализированные технологии. /Ср/	2	10			
	Раздел 6. Стратегии PR-деятельности в СМИ					

6.1	Приёмы популяризации, используемые в прессе: объявление о новом товаре или услуге, «возрождение» старого товара, разъяснения по «сложному» товару, улучшение имиджа компании и т.д. Популяризация и публикации. /Ср/	2	6			
	Раздел 7. Управление кризисными ситуациями средствами ПР					
7.1	ПР как средство управления кризисными ситуациями. Типы кризисных ситуаций. /Ср/	2	4			
	Раздел 8. Организация и проведение ПР- кампаний					
8.1	ПР-кампания как комплексное и многократное использование средств публичных отношений в рамках единой концепции и общего плана воздействия на целевую аудиторию. /Ср/	2	3			
	Раздел 9. Особенности работы PR-специалиста с аудиторией на рынке					
9.1	Современное состояние рынка телекоммуникаций: тенденции развития /Ср/	2	2			
	Раздел 10. Эффективность связей с					
10.1	Системное программирование ПР-деятельности. Отношения между целью, средствами и результатом деятельности; их эффективность. /Ср/	2	1			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Планирование ПР.
2. Составление ПР-бюджета.
3. Подготовка ПР-плана.
4. Организация ПР-агентства (отдела).
5. Анализ «потребителей» организации.
6. Разработка доосье, определение набора «товаров» организации, стадии жизненного цикла «товаров».
7. Технологии публичных отношений в системе маркетинговых коммуникаций: методы и приемы информирования, убеждения, формирования потребительских мотивов.
8. Фактографические и экспертные методы прогнозирования.
9. Структурно-функциональный подход к анализу ситуации в сфере публичных отношений.
10. Имидж и пути его формирования средствами публичных отношений
11. Соотношение имиджа и стереотипа.
12. Типовые и индивидуализированные технологии.
13. Презентация как типовая технологическая модель ПР. 14. Методы организации и проведения презентации.
15. Факторы эффективности презентации.
16. Приёмы популяризации, используемые в прессе.
17. Правила организации и проведение пресс-конференций и «круглых столов».
18. Основы создания ПР-текста.
19. Составление пресс-релизов.
20. Жанровое многообразие ПР-выступлений в печатных СМИ.. 21. Мониторинг публикаций в прессе.
22. Стратегии ПР-деятельности в электронных СМИ.
23. Жанровое многообразие телевизионных и радиоматериалов в деятельности ПР.
24. Телевизионное и радиоинтервью: структура и правила проведения. 25. Видео пресс-релизы (ВПР): достоинства и недостатки их использования. 26. Некоммерческие объявления на радио и телевидении. 27. Видеоконференции (телемосты): стратегия подготовки.
28. Возможности использования Интернета ПР-специалистами.
29. Создание эффективного сайта.
30. Правила управления сайтом в Интернете.
31. Подготовка к кризисным ситуациям в сфере публичных отношений. 32. Коммуникационная стратегия управления

кризисом.
33. Подготовка плана ПР-кампании.
34. Технологии ПР-кампании.
35. Виды планов подготовки и проведения ПР-кампаний.
36. Особенности ПР-кампаний в области экономики, политики, культуры. 37. Основные проблемы налаживания эффективной и динамичной коммуникации с аудиторией на российском рынке телекоммуникаций.
38. Возможности и перспективы работы с аудиторией на рынке телекоммуникационных услуг.
39. Системное программирование ПР-деятельности.
40. Внутрисистемные и внесистемные факторы эффективности.
41. Слагаемые “векторной” эффективности.
42. Социальные и асоциальные эффекты ПР. “
43. Черный ПР”: сущность, сферы применения, манипулятивные технологии.
44. Динамика ПР-деятельности как отражение формирования и развития рыночных отношений.

5.2. Темы письменных работ

1. Что такое общество.
2. Человек как духовное существо.
3. Деятельность-способ существования людей.
4. Познание и знание.
5. Наука. Ее роль в развитии общества.
6. Самообразование.
7. Основные направления политики государства в области культуры.
8. Мораль. Религия. Мировые религии.
9. Право в системе социальных норм.
10. Источники права.
11. Право и мораль. Их соотношение.
12. Понятие и виды нормативных актов.
13. Система права.
14. Юридическая ответственность и ее виды.
15. Основные направления социальной политики государства.
16. Роль экономики в жизни общества.
17. Правовое регулирование занятости и трудоустройства.
18. Человек, индивид, личность.
19. Свобода и деятельность человека.
20. Духовная жизнь и мировоззрение человека.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля по проблемным вопросам и промежуточной аттестации в форме экзамена. Фонд оценочных средств по дисциплине «История рекламы и связей с общественностью» согласно утвержденной форме прилагается.

5.4. Перечень видов оценочных средств

10. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций
--

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Web-ресурс «Электронная образовательная среда». - Режим доступа: http://eios.imsit.ru или http://185.18.111.102
Э2	Коллекция CDиDVDвиДиDVDвVDиDVDвв фонде научной библиотеки Академии. - Режим доступа: Компакт-диски (CDиDVDв- ROM и ДиDVDвVDиDVDв-ROM)
Э3	«Электронно - библиотечная система ZNANIUM.C OM». - Режим доступа: http://znanium.com
Э4	ЭБС «Айбукс.py/i books»,ru». - Режим доступа: http://ibooks.ru/
Э5	Электронные Периодические издания. - Режим доступа: http://elibrary.ru
Э6	Электронно- библиотечная система BOOK.ru. - Режим доступа: https://www.book.ru/
Э7	Справочно- правовая база «Консультант Плюс». - Режим доступа: Локальная сеть Академии ИМСИТ
Э8	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ». - Режим доступа: http://ims.it.ru

Э9	Учебно- методически е компьютерн ые комплексы «Диполь». - Режим доступа: Локальная сеть академии PSS:\ДиDVD\ИPOL\
6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.4	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
6.3.1.5	LibreOffice Офисный пакет LibreOffice Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.3.2.1	Консультант Плюс http://www.consultant.ru
6.3.2.2	Портал выбора технологий и поставщиков http://www.tadviser.ru
6.3.2.3	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины являются устные опросы и собеседования. Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения студентов в изучении дисциплины и диагностировать затруднения в изучении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: контролем изучения содержания раздела могут являться коллоквиум, выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий мониторинг результатов семинарских и практических занятий, контрольный опрос (устный или письменный), презентация результатов проектной деятельности. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля используется балльно-рейтинговая система (БРС). Все элементы учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий) соотносятся с определенным количеством баллов. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Каждый модуль учебной дисциплины включает обязательные виды работ – ПЗ, ЛР, различные виды СРС. Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии. Форма промежуточных аттестаций – итоговый тест по темам текущего раздела. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине - зачет.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В системе обучения студентов большое значение отводится самостоятельной работе. Большое значение для формирования профессиональных качеств специалиста имеет совокупность разнообразных форм, методов и средств обучения в системе профессионально-педагогической подготовки. Одной из таких форм является контрольная работа. Основными целями контрольных работ являются:

глубокое и всестороннее изучение избранной темы; развитие умения работать с литературными источниками; выработка умения критически анализировать педагогические явления;

вооружение навыками научного изложения полученных результатов, грамотного оформления текста, научного аппарата.

При подготовке и написании контрольной работы необходимо пройти несколько этапов, которые помогут выполнить эту работу более качественно.

Обратите внимание на особенности работы на каждом этапе, на последовательность выполнения заданий.

Внимательно ознакомьтесь с требованиями к оформлению титульного листа, вариантам сносок на источники, списка использованной литературы.

Подготовка и выполнение контрольной работы

При подготовке и выполнении контрольной работы необходимо пройти несколько этапов:

I. Выбрав тему, необходимо подобрать литературу и обзорно познакомиться с ней для составления предварительного плана работы и вычленения основных идей, проблем, вопросов, подлежащих изучению. Рекомендуется также ознакомиться с соответствующим разделом программы по курсу, которую можно взять в вузовской библиотеке или электронном читальном зале. Работа должна опираться не менее чем на 5 источников, включая статьи в педагогической периодике.

II. Познакомившись обзорно с литературой, приступайте к разработке плана, который включает в себя:

Введение, в котором обосновывается тема, выявляется её актуальность и практическая значимость. При этом актуальность и значимость темы обосновываются социальными процессами, основными целями и задачами воспитания и образования.

Для глубокого раскрытия темы чрезвычайно важно описать историю развития проблемы (хотя бы кратко), назвать выдающихся деятелей науки, занимающихся данной темой. Далее необходимо дать краткий анализ и оценку имеющейся по теме литературы, показать, как разные авторы понимают суть проблемы. Очень важно определить цель и задачи работы.

Основная часть контрольной работы – это содержание самой проблемы. Она должна включать в себя пункты плана,

раскрывающие основные идеи темы, теорию вопроса, понятий, категорий, то есть решать поставленную цель и задачи. Можно воспользоваться планом, рекомендованным в данном методическом пособии, расширив круг вопросов до 4-5. Можно самостоятельно выделить вопросы, раскрывающие тему.

Заключение, в котором важно сосредоточить внимание на выводах и рекомендациях по теме, сконцентрировав в них основные идеи темы.

Список изученной литературы и использованных источников.

III. Приступайте к отбору материала. Изучение литературы сопровождайте выписками основных положений, фактов, цитат. В каждой выписке обязательно указывайте фамилию автора, инициалы, название источника, страницы (т.е. библиографическое описание). Накопленные материалы систематизируйте по вопросам плана.

IV. Собранный и систематизированный материал, приступайте к написанию чернового варианта работы. Каждый вопрос разрабатывайте отдельно, четко очерчивая в нём основные идеи, положения, факты. Избегайте сплошного цитирования.

Особое внимание обратите на выводы по каждому вопросу. Добивайтесь взаимосвязи рассматриваемых вопросов.

Введение, тем более заключение, должны быть краткими. Вопросы, раскрывающие тему – более обширными, но соизмеримыми между собой. Когда указанная работа будет проделана, сделайте литературную обработку текста, проверьте цитаты и правильность оформления ссылок на них, углубите выводы и обобщения. Покажите компьютерную грамотность, оформите работу, отпечатав ее на листах формата А-4.

Для поиска литературы и источников используйте фонды всех доступных Вам библиотек и образовательные информационные ресурсы.

Требования к оформлению работы

Придерживайтесь следующих правил оформления работы:

На титульном листе укажите свою фамилию, имя, отчество, название факультета, свой адрес, место трудоустройства (для студентов заочной формы обучения), тему работы.

Объём работы -12-15 страниц печатного текста.

Текст должен быть написан грамотно. Записи располагайте с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускайте произвольного сокращения слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Не переписывайте текст учебников или учебных пособий. Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы). Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников.