

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.07 Медиарилейшинз и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Сформировать понятие специфики работы СМИ, а также специфику работы PR- и пресс-служб со СМИ

Задачи дисциплины:

Научить создавать информационные поводы и доводить пресс-релизы до публикации; Научиться организовывать пресс-мероприятия и оценивать их эффективность;

Научить анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач;

Научить устанавливать связи с журналистами, организовывать мероприятия для журналистов и писать тексты для размещения в СМИ.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия	Наименование категории (группы) компетенций: «Командная работа и лидерство»
	УК-3.2 Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.	
	УК-3.3 Владеет навыками распределения ролей в условиях командно-го взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.	Наименование категории (группы) компетенций: «Коммуникация»
	УК-4.2 Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.	
	УК-4.3 Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	
ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка	ПК-2.1 Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений, правила согласования и утверждения документов, основы работ с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами, принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, параметры веб-статистики, основные процессы и методы разработки веб-сайтов и методы поисковой оптимизации, а также стилистику, орфографию и пунктуацию современного русского языка на высоком уровне.	06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»
	ПК-2.2 Способен выполнять функции по организации и управлению процессами создания и редактирования контента с учетом специфики онлайн каналов массовых коммуникаций, типов массовых коммуникаций и потребностей медиа-рынка.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-2.3 Осуществляет управление информацией из различных источников массовых коммуникаций, в том числе согласует и утверждает информационные материалы, распределяет работы по их редактированию и размещению между специалистами по информационным ресурсам, осуществляет мониторинг актуальности и оценку приоритетности внутренней и внешней информации.</p> <p>ПК-2.4 Контролирует содержание и эффективность стратегий и программ продвижения СМИ и других медиа в системе массовых коммуникаций, в том числе проводит оценку полноты и актуальности информации сайта и социальных сетей с целью определения необходимости ее обновления и формирования заданий по устранению выявленных недостатков.</p> <p>ПК-2.5 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оф-лайн и он-лайн среде.</p>	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия	Основные особенности аудитории, этапы и закономерности ее изучения; роль общественного мнения, основные методы его изучения систему основных средств и методов воздействия на общественное мнение
УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личного, образовательного и профессионального роста.	Определять основные особенности аудитории; разрабатывать практические рекомендации по изучению общественного мнения;
УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командно-го взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	Навыками изучения общественного мнения, потребностей отдельных сегментов аудитории.
УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации.	Основные обязанности специалиста в области связей с общественностью в целом и специалиста в области медиарилейшнз в частности основные функции и задачи медиарилейшнз жанры тестов для медиа и формы мероприятий для СМИ
УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.	Анализировать задачи и содержание деятельности специалиста в области медиарилейшнз
УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	Навыками применения теоретических знаний в области медиарилейшнз при решении конкретных профессиональных задач

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2.1. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений, правила согласования и утверждения документов, основы работ с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами, принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, параметры веб-статистики, основные процессы и методы разработки веб-сайтов и методы поисковой оптимизации, а также стилистику, орфографию и пунктуацию современного русского языка на высоком уровне.	требования к разножанровым публикациям и условия их подготовки специфику подготовки имиджевых материалов для массмедиа различных форматов, (размещаемых на различных мультимедийных платформах).
ПК-2.2. Способен выполнять функции по организации и управлению процессами создания и редактирования контента с учетом специфики онлайн каналов массовых коммуникаций, типов массовых коммуникаций и потребностей медиа-рынка.	Готовить к публикации материалы для размещения в СМИ, ориентируясь на его формат
ПК-2.3. Осуществляет управление информацией из различных источников массовых коммуникаций, в том числе согласует и утверждает информационные материалы, распределяет работы по их редактированию и размещению между специалистами по информационным ресурсам, осуществляет мониторинг актуальности и оценку приоритетности внутренней и внешней информации.	Навыками создания разножанровых имиджевых текстов, учитывая характер медиа и время, отведенное на его подготовку
ПК-2.4. Контролирует содержание и эффективность стратегий и программ продвижения СМИ и других медиа в системе массовых коммуникаций, в том числе проводит оценку полноты и актуальности информации сайта и социальных сетей с целью определения необходимости ее обновления и формирования заданий по устранению выявленных недостатков.	Навыками планирования и организации мероприятия для журналистов готовить тексты в жанрах медиарилейшнз
ПК-2.5. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оф-лайн и он-лайн среде.	Приемами воздействия на аудиторию в рамках профессиональных обязанностей специалиста в области медиарилейшнз.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 УК-3.1 УК-4.1	ПК-2.5 УК-3.2 УК-4.2 УК-4.3	ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4 УК-3.3
1	СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20) Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 УК-3.1 УК-4.1	ПК-2.5 УК-3.2 УК-4.2 УК-4.3	ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4 УК-3.3
2	Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20) Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Инструментарий MR-специалиста	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20) Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	PR: сущности и содержание	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20) Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №2 (20)
5	Средства реализации задач PR	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Задания творческого уровня №2 (20) Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
6	Использование прессы в PR	УК-3 УК-4 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Задания творческого уровня №2 (20) Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб</p> <p>Типология СМИ. Общественно значимые функции современной журналистики. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления. СМИ как четвертая власть. Кто такие журналисты: портрет личности. Свобода слова и свобода информации. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике. Журналистские жанры.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Типология СМИ. Общественно значимые функции современной журналистики. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления. СМИ как четвертая власть. Кто такие журналисты: портрет личности. Свобода слова и свобода информации. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике. Журналистские жанры.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Тема 2: Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Понятие и основные функции медиарилейшнз. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы. Создание журналистского пула/базы журналистов. Принципы взаимодействия с журналистами. Аналитическое направление деятельности. Креативное и организационное направления деятельности. Оценка эффективности медиарилейшнз.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Понятие и основные функции медиарилейшнз. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы. Создание журналистского пула/базы журналистов. Принципы взаимодействия с журналистами. Аналитическое направление деятельности. Креативное и организационное направления деятельности. Оценка эффективности медиарилейшнз</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Инструментарий MR-специалиста Мероприятия для журналистов. Отношения со СМИ посредством Интернета. Работа с блоггерами.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Мероприятия для журналистов. Отношения со СМИ посредством Интернета. Работа с блоггерами. Структура журналистского текста. PR- документы в отношениях со СМИ.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: PR: сущности и содержание Причины появления public relations как особой дисциплины и отрасли бизнеса. Различные подходы к определению времени ее зарождения. Цели воздействия на общественное мнение в понимании основателей дисциплины. Связи с общественностью как наука. Понятие "общественное мнение".</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Реклама, пропаганда, маркетинг, паблисити, отличия от них дисциплины "связи с общественностью". Содержание и границы применения основных профессиональных терминов и понятий. Выявление, характеристика, оценка, управление общественным мнением. Общественные группы. Ориентация. Определение целевой и ключевой аудитории. Виды целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория. Особенности различных социальных групп</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Средства реализации задач PR Применение методов социологии, политологии, теории коммуникации, антропологии и психологии. Системный подход и системные исследования.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Аналитические и количественные методы социальных наук в связях с общественностью. Элементы коммуникационной модели. Отправитель, сообщение, канал, адресат, среда, помехи. Многообразие каналов коммуникации. СМИ, мероприятия и акции, документы. Виды мероприятий и документов. Эффективность использования различных каналов и ее оценка. Понятие и основные элементы имиджа: многообразие подходов. Имидж и внутрикорпоративная среда.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Использование прессы в PR Типы средств массовой информации. Стратегия и тактика использования СМИ в паблик рилейшнз. Журналисты как ключевая аудитория. Воздействие СМИ на внутреннюю и внешнюю общественность. Медиапланирование. Организация работы пресс-центра. Формы подачи информации. Функции и обязанности пресс-секретаря. Взаимодействие СМИ и PR-специалистов как осознанная необходимость. СМИ как целевая аудитория и как средство для PR-специалиста. Основные источники проблем, причины недопонимания, решения. Предлагаемые практические решения проблем. Примеры. Типы сообщений для прессы в зависимости от целей PR-специалиста. Как найти информационный повод, как составить пресс-релиз, правила рассылки. Как подобрать подходящее СМИ для рассылки пресс-релизов, как взаимодействовать с редакторами. Основные ошибки при составлении пресс-релиза и взаимодействии со СМИ.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Организация работы пресс-центра. Формы подачи информации. Функции и обязанности пресс-секретаря. Взаимодействие СМИ и PR-специалистов как осознанная необходимость. СМИ как целевая аудитория и как средство для PR-специалиста. Основные источники проблем, причины недопонимания, решения. Предлагаемые практические решения проблем. Примеры. Типы сообщений для прессы в зависимости от целей PR-специалиста. Как найти информационный повод, как составить пресс-релиз, правила рассылки. Как подобрать подходящее СМИ для рассылки пресс-релизов, как взаимодействовать с редакторами. Основные ошибки при составлении пресс-релиза и взаимодействии со СМИ.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.07 Медиарилейшинз и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	49	49
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	49	49
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	59	59
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб	7	4	6	0	8	6	
2	Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами	7	4	6	0	8	6	
3	Инструментарий MR-специалиста	7	2	6	0	8	6	
4	PR: сущности и содержание	7	2	6	0	8	6	
5	Средства реализации задач PR	7	2	6	0	8	6	
6	Использование прессы в PR	7	4	6	0	9	6	
Итого:			18	36	0	49	36	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	90	90
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	90	90
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	14	14
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб	7	0	2	0	14	6	
2	Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами	7	2	0	0	14	6	
3	Инструментарий MR-специалиста	7	0	2	0	14	6	

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.07 Медиарилейшинз и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
4	PR: сущности и содержание	7	0	0	0	16	6
5	Средства реализации задач PR	7	0	0	0	16	6
6	Использование прессы в PR	7	2	2	0	16	6
Итого:			4	6	0	90	36

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	18	18
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	10	10
Самостоятельная работа студента (СР)	86	86
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	86	86
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	22	22
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб	7	0	2	0	13	6
2	Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами	7	2	0	0	14	6
3	Инструментарий MR-специалиста	7	0	2	0	14	6
4	PR: сущности и содержание	7	2	2	0	14	6
5	Средства реализации задач PR	7	2	2	0	15	6
6	Использование прессы в PR	7	2	2	0	16	6
Итого:			8	10	0	86	36

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Малькевич А. А., 2023 г. - 109 с. - ISBN 978-5-534-09415-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu-515470>

2. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. Учебник и практикум для вузов / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 233 с. - ISBN 978-5-9916-9889-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-511937>

3. РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебник для вузов / Федотова Л. Н. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2023 г. - 391 с. - ISBN 978-5-9916-8299-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-511272>

Дополнительная литература:

1. ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. - Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск), 2023 г. - 194 с. - ISBN 978-5-534-06841-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-513640>

2. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2023 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-518357>

3. СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2023 г. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyu-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-517871>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <arch.neicon.ru>. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

9. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

11. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.rwr.ru>. - Текст: электронный

12. PR в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>. - Текст: электронный

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

15. PsyJournals.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://psyjournals.ru>. - Текст: электронный

16. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

17. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания)

представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение / Реферат №1

1. Типология СМИ.
2. Общественно значимые функции современной журналистики.
3. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления.
4. СМИ как четвертая власть. Кто такие журналисты: портрет личности.

Доклад, сообщение / Реферат №2

1. Понятие и основные функции медиарилейшнз.
2. Пресс-секретарь: основные функции и принципы работы.
3. Создание журналистского пула/базы журналистов.
4. Принципы взаимодействия с журналистами.
5. Аналитическое направление деятельности.

Доклад, сообщение / Реферат №3

1. Креативное и организационное направления деятельности.
2. Оценка эффективности медиарилейшнз.
3. Мероприятия для журналистов.

4. Отношения со СМИ посредством Интернета.
5. Работа с блоггерами.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. СМИ как четвертая власть.
2. Кто такие журналисты: портрет личности.
3. Свобода слова и свобода информации.
4. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике.
5. Журналистские жанры.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Отношения со СМИ посредством Интернета.
2. Работа с блоггерами.
3. Создание журналистского пула/базы журналистов.
4. Эффективность использования различных каналов коммуникации и ее оценка.
5. Имидж и внутрикорпоративная среда.

Задание творческого уровня №1

1. Разобрать пресс-релиз с точки зрения оценки информационного повода, жанровой структуры, возможных каналов публикации.
2. Представить актуальную новость в формах пресс-релиза, бэкграундера, медиа-кита.
3. Организовать игровую пресс-конференцию.

Задание творческого уровня №2

1. Составить рекламное обращение для различных этапов жизненного цикла товара.
2. Разработать медиаплан выхода в эфир радиоспота.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций.
2. Основные характеристики этапы и задачи рекламной деятельности.
3. Структура и средства передачи рекламного обращения
4. Психология рекламного воздействия.
5. Элементы системы маркетинговых коммуникаций
6. Правовые аспекты рекламной деятельности.
7. Рекламное обращение: понятие, основные этапы и технологии процесса разработки.
8. Организация рекламной деятельности.
9. Понятие и история развития PR.
10. Цели, функции и основные принципы PR.
11. Общественность и общественное мнение
12. Основы теории коммуникации в PR.
13. PR в системе менеджмента
14. PR в системе маркетинга.
15. Формирование имиджа.
16. Средства реализации задач PR.
17. Основные СМИ и их характеристики.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.07 Медиарилейшинз и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

18. Использование прессы в PR.

19. Использование рекламы и выставок в целях PR.

20. Проведение организационно – представительских мероприятий.

21. Подготовка и проведение PR – кампаний.

22. Преодоление и предотвращение кризисных ситуаций.

23. Общественные отношения с государством, лоббирование.

24. Исследования в PR.

25. Составление PR обращений.

26. Спонсорство и благотворительность как технологии PR.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задание 1. Составить пресс-релиза.

Задание 2. Разработать алгоритм формирования имиджа

Задание 3. Подготовить эссе на тему «Реклама – механизм формирования стереотипов современного общества»