

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.28 Организация и проведение коммуникационных кампаний относится к обязательной части образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1: Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы УК-2.2: Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.	УК-2.1: Знает основные правовые нормы для осуществления профессиональной деятельности; Умеет применять на практике основы правовых знаний для осуществления профессиональной деятельности; Владеет навыком применения необходимых для осуществления профессиональной деятельности правовых норм. УК-2.2: Знает основы планирования деятельности; Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности; Владеет навыком планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.	Собеседование	Зачёт: Контрольные вопросы
УК-3: Способен осуществлять	УК-3.1: Знает различные приемы и способы	УК-3.1: Знает приемы и способы	Ролевая игра	

социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Имеет практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия	социализации личности и социального взаимодействия; Умеет применять на практике различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Владеет навыком применения различных приемов и способов социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Знает теоретические аспекты командного взаимодействия; Умеет распределять роли в условиях командного взаимодействия; Владеет практическим опытом участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опытом распределения ролей в условиях командного взаимодействия.		Зачёт: Ролевая игра
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов; Умеет анализировать механизмы функционирования общественных и государственных институтов и тенденции их развития; Владеет навыком применения на практике знаний системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ОПК-2.2: Знает теоретические аспекты создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; Умеет учитывать основные	Задания	Зачёт: Дискуссионное обсуждение

		<p>тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеет навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>		
<p>ПК-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия</p>	<p>ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>ПК-1.1:</p> <p>Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе;</p> <p>Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>Владеет навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2:</p> <p>Знает теоретические основы планирования мероприятий;</p> <p>Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>Владеет навыком осуществления тактического</p>	Задания	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3: Знает теоретические аспекты формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Умеет организовать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеет навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	0	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	8
- КСР	1	1
самостоятельная работа	91	95
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоятельная работа обучающегося,

			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лаборат орные работы), часы		Всего		часы	
	0 Ф О	3 Ф О	0 Ф О	3 Ф О	0 Ф О	3 Ф О	0 Ф О	3 Ф О	0 Ф О	3 Ф О
Тема 1. Коммуникационная кампания в системе коммуникаций организации	27	25			4	2	4	2	23	23
Тема 2. Подготовительный этап коммуникационной кампании	26	26			4	2	4	2	22	24
Тема 3. Организация коммуникационной кампании	27	26			4	2	4	2	23	24
Тема 4. Коммуникационное сопровождение событий	25	25			2	1	2	1	23	24
Тема 5. Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях	2	1			2	1	2	1		
Аттестация	0	4								
КСР	1	1						1	1	
Итого	108	108	0	0	16	8	17	9	91	95

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Коммуникационная кампания в системе коммуникаций организации. Коммуникационные кампании: основные понятия, типы, составляющие. Предмет и виды коммуникационных компаний. Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций кампании.

Тема 2. Подготовительный этап коммуникационной кампании.
Стратегическое планирование коммуникационной кампании. Аудитория коммуникационной кампании. Разработка основного сообщения коммуникационной кампании. Инструменты и каналы коммуникации подачи циклов рекламных сообщений.

Тема 3. Организация коммуникационной кампании.
Тактическое планирование коммуникационной кампании. Медиапланирование коммуникационной кампании. Показатели эффективности и бюджет коммуникационной кампании.

Тема 4. Коммуникационное сопровождение событий.
Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медiateксты и медиамероприятия).

Тема 5. Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях.
Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризиса. Подготовка к кризисам и информационная деятельность в кризисной ситуации. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:
- электронный курс "..".

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Вопросы для собеседования:

1. Как вы учитываете законодательство РФ при разработке стратегии коммуникационной кампании?
2. Какие законы и нормативные акты в области коммуникаций в России являются ключевыми для планирования кампаний?
3. Как вы проверяете соответствие контента и тематики кампании законодательству о массовых коммуникациях в России?
4. Каким образом вы обеспечиваете соблюдение законов о защите персональных данных при планировании коммуникационных кампаний?
5. Как вы реагируете на изменения в законодательстве, влияющие на коммуникационные кампании, и какие шаги предпринимаете для их учета в планировании?

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Ролевая игра) для оценки сформированности компетенции УК-3:

Название ролевой игры: "Организация коммуникационной кампании в условиях кризиса"

Сюжет:

Участники игры окажутся в роли команды по организации коммуникационной кампании для компании, столкнувшейся с кризисной ситуацией. Им предстоит принимать решения, разрабатывать стратегию и взаимодействовать друг с другом, чтобы успешно преодолеть вызовы, связанные с кризисом.

Персонажи:

1. Директор по коммуникациям: Ответственен за разработку и реализацию коммуникационной стратегии.

2. PR-менеджер: Занимается организацией внешних коммуникаций с журналистами, общественностью и другими заинтересованными сторонами.
3. Кризис-менеджер: Занимается принятием оперативных мер в управлении кризисной ситуацией.
4. Юрист: Поможет оценить риски и соблюдать юридические нормы в ходе коммуникаций.
5. Специалист по социальным сетям: Отвечает за коммуникацию в социальных сетях и онлайн-пространстве.

Задачи:

1. Разработать коммуникационную стратегию: Определить ключевые сообщения, каналы связи, целевую аудиторию и план действий.
2. Справиться с кризисной ситуацией: Принимать важные решения на ходу, реагировать на возможные негативные сценарии, минимизировать ущерб для репутации компании.
3. Обеспечить единство действий: Согласовать действия всей команды, чтобы действовать слаженно и эффективно.

Итоги: после окончания ролевой игры провести обсуждение результатов, выделить ключевые моменты, обсудить успешные стратегии и области для улучшения.

Критерии оценивания (оценочное средство - Ролевая игра)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	демонстрируются умения использовать системный и ситуативный подходы, представить аргументированное рассуждение по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы; понимать более широкий контекст, в рамках которого находится ситуация: её связи с другими проблемами, определять риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий
не зачтено	демонстрируются разрозненные аргументы по проблеме или аргументы отсутствуют, неумение определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, связи проблемы с другими проблемами, программа действий содержит серьезные ошибки или отсутствует.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

Задание: "Создание медиатекста"

Цель задания: Научиться анализировать и учитывать важные тенденции в развитии общественных и государственных институтов для создания информативных и актуальных медиатекстов.

Задачи:

1. Изучите текущие тенденции в развитии ключевых общественных и государственных институтов в вашей стране или мировом сообществе.
2. Выберите конкретный институт или тему, которую вы хотели бы осветить в вашем медиатексте (например, изменения в законодательстве, политические реформы, социальные движения и т. д.).
3. Составьте план для создания медиатекста (статьи, видеоролика, презентации и т. д.), который учитывает текущие тенденции развития выбранного института.

4. Проведите исследование и соберите актуальные данные, факты и мнения экспертов по выбранной теме.
5. Напишите медиатекст, который будет отражать разносторонний взгляд на изменения и тенденции в общественных и государственных институтах.

Критерии оценки:

- ☐ Глубина анализа и понимания тенденций развития институтов.
- ☐ Ясность и структурированность созданного медиатекста.
- ☐ Обоснованность выбора и подходов к анализу темы.
- ☐ Актуальность представленных данных и фактов.
- ☐ Способность представить разносторонний взгляд на тему.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Задание: "**Организация процесса создания коммуникационного продукта и/или мероприятия**"

Цель задания: Научиться эффективно планировать и управлять процессом создания коммуникационного продукта и/или организации мероприятия для достижения поставленных целей.

Задачи:

1. Выберите тип коммуникационного продукта или мероприятия, над которым вы будете работать (например, пресс-релиз, видеоролик, презентация, пресс-конференция, мероприятие для запуска продукта и т. д.).
2. Разработайте план создания коммуникационного продукта или организации мероприятия, включая следующие этапы:
 - ☐ Определение целей и целевой аудитории.
 - ☐ Создание концепции и сценария (для продукции) или программы (для мероприятия).
 - ☐ Планирование бюджета и ресурсов.
 - ☐ Распределение обязанностей и установление сроков.
 - ☐ Использование технологий и инструментов для реализации проекта.
 - ☐ Оценка результатов и обратная связь.
3. Подготовьте проектный план или презентацию, в которой представите все этапы создания коммуникационного продукта или организации мероприятия.
4. Проанализируйте возможные трудности или препятствия, с которыми вы можете столкнуться в процессе создания коммуникационного продукта или организации мероприятия, и предложите методы их преодоления.
5. Проведите оценку эффективности вашего плана.

Критерии оценки:

- ☐ Качество и оригинальность создаваемого коммуникационного продукта или организации мероприятия.
- ☐ Адекватность выбранных методов и инструментов для достижения целей.
- ☐ Четкость и реалистичность плана действий.
- ☐ Соблюдение сроков и бюджета.
- ☐ Готовность к корректировке и улучшению плана в процессе работы.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала.
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера.
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы.
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала.
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний	Уровень знаний ниже	Минимально	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в

	теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	минимальных требований. Имели место грубые ошибки	допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Основные законы и нормативные акты в России, регулирующие коммуникационные кампании.
2. Ограничения и требования, предъявляемые к рекламе национальных и иностранных продуктов и услуг в РФ.
3. Порядок получения разрешений или уведомлений необходимых для проведения коммуникационной кампании в соответствии с законодательством РФ.
4. Санкции при нарушении законодательства в области рекламы и коммуникаций в России
5. Соблюдение персональных данных при проведении коммуникационной кампании в соответствии с законодательством РФ
6. Особенности использования социальных сетей и онлайн-платформ в коммуникационной стратегии с точки зрения законодательства РФ.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Типы коммуникационных кампаний
2. Составляющие коммуникационных кампаний
3. Предмет коммуникационных кампаний
4. Коммуникативная стратегия
5. Цели коммуникационных кампаний
6. Стратегическое планирование коммуникационной кампании
7. Подходы к разработке основного сообщения коммуникационной кампании
8. Инструменты и каналы коммуникации
9. ATL-коммуникации
10. BTL-коммуникации
11. PR-инструменты
12. Тактическое планирование коммуникационной кампании
13. Организационная система управления коммуникационной кампанией
14. Мониторинг коммуникационной кампании
15. Особенности события как предмета коммуникационной кампании
16. Этапы коммуникационного сопровождения событий
17. Инструменты коммуникационного сопровождения событий
18. Особенности разработки и реализации коммуникационных кампаний в кризисных ситуациях
19. Превентивные меры в коммуникации в условиях кризиса

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий.
не зачтено	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Ролевая игра) для оценки сформированности компетенции УК-3

Ролевая игра: "**О**рганизация коммуникационной кампании в условиях кризиса"

Критерии см. выше

Критерии оценивания (оценочное средство - Ролевая игра)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	демонстрируются умения использовать системный и ситуативный подходы, представить аргументированное рассуждение по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы; понимать более широкий контекст, в рамках которого находится ситуация: её связи с другими проблемами, определять риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий
не зачтено	демонстрируются разрозненные аргументы по проблеме или аргументы отсутствуют, неумение определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, связи проблемы с другими проблемами, программа действий содержит серьезные ошибки или отсутствует.

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссионное обсуждение) для оценки сформированности компетенции ОПК-2

Вопросы для дискуссионного обсуждения:

1. Как вы следите за тенденциями в развитии общественных и государственных институтов?
2. Как определяете значимые аспекты общественной и политической жизни для включения в создаваемые медиатексты и медиапродукты?
3. Как ваш процесс создания медиатекстов или медиапродуктов учитывает изменения в общественных и государственных институтах?

4. Каким образом вы адаптируете свои материалы к актуальным темам и событиям в обществе и политике?
5. Как вы оцениваете реакцию аудитории на освещение общественных и государственных тенденций в ваших медиатекстах и медиапродуктах?
6. Как вы балансируете между объективностью и субъективным взглядом при освещении таких тем в ваших материалах?
7. Какие инструменты и источники информации вы используете для отслеживания тенденций в общественных и государственных институтах?
8. Как вы справляетесь с этическими вопросами при освещении политических и общественных событий в ваших медиатекстах и медиапродуктах?

Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссионное обсуждение)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент проявляет активное участие в дискуссии, демонстрирует умения высказывать свою точку зрения и обосновывать ее. Аргументации студента обладают логической связностью и убедительностью. Студент проявляет способность выслушивать и уважает точки зрения других участников обсуждения, демонстрирует глубину понимания обсуждаемых вопросов (понимание основных аспектов обсуждаемой темы), способности анализировать информацию. Студент использует подкрепленные факты и аргументы в ходе обсуждения, демонстрирует способности контролировать свои эмоции в ходе дискуссии, проявляет эмпатию и соблюдает культуру общения. Студент демонстрирует способности обобщать информацию из обсуждения, формулировать выводы и резюме.
не зачтено	Студент не проявляет участия в дискуссии, не демонстрирует умения высказывать свою точку зрения и обосновывать ее. Отказывается от ответа. Студент не проявляет способности выслушивать точки зрения других участников обсуждения, не контролирует свои эмоции в ходе дискуссии, не проявляет эмпатию и не соблюдает культуру общения. Студент демонстрирует непонимание основных аспектов обсуждаемой темы, не способен обобщать информацию из обсуждения, формулировать выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум / Чумиков А. Н. - Москва : Юрайт, 2022. - 173 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/493974> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-06706-4 : 609.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=788233&idb=0>.
2. Чумиков А. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871071&idb=0>.
3. Доброзракова Г. А. Теория и практика медиакommunikаций : учебник для бакалавров, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью» / Доброзракова Г. А. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 281 с. - Книга из коллекции ПГУТИ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859648&idb=0>.

4. Кургаева Ж.Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Кургаева Ж.Ю. - Москва : КНИТУ, 2022. - 112 с. - ISBN 978-5-7882-3185-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=870446&idb=0>.
5. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты : Учебно-методическое пособие. Ч. 1. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1 / Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. - 82 с. - Рекомендовано методической комиссией института международных отношений и мировой истории для студентов ННГУ, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=830238&idb=0>.
6. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Черепанов Всеволод Дмитриевич. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : Сборник тестовых заданий; Учебно-методическая литература / Российский университет транспорта (МИИТ). - Москва : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта», 2018. - 62 с. - ВО - Бакалавриат., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=835718&idb=0>.
2. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. - 160 с. - ISBN 978-5-7567-0749-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772525&idb=0>.
3. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.