

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Президиумом Ученого совета ННГУ

протокол № 6

"31" мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с
общественностью

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

Бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Реклама и связи с
общественностью в ГМУ

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2023 год

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Б1.О. Обязательная часть	Б1.О.14 Теория и практика связей с общественностью, 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Теория и практика связей с общественностью» относится к базовой части Б.1. ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 1 году обучения в 1 и во 2 семестрах.

Цель освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» – дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области связей с общественностью. В курсе дается определение связей с общественностью, уделяется внимание динамике развития связей с общественностью, а также развитию средств массовой информации и коммуникации.

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**	
<i>ОПК-1</i> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных	ОПК-1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и	Уметь выявлять в практической деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	<i>Деловая игра, собеседование, дискуссия</i>

знаковых систем	платформ	<p>продуктов разных медиасегментов и платформ;</p> <p>Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний об отличительных особенностях медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	
	<p>ОПК-1.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")</p> <p>Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p> <p>Знать нормы литературного языка и основы культуры речи, нормы письменной речи и законы ее функционирования на высоком уровне; жанры и нормы иностранного языков, особенности иных знаковых систем; основные понятия стилистики; основы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><i>Деловая игра, собеседование, дискуссия</i></p>
<p><i>ОПК-4</i></p> <p>Способен отвечать на</p>	<p>ОПК-4.1. (общий по УГСН)</p> <p>Соотносит</p>	<p>Уметь использовать в профессиональной деятельности эффективные формы взаимодействия с</p>	<p><i>Деловая игра, собеседование, дискуссия</i></p>

запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	<p>аудиторией и приемы изучения и управления общественным мнением; уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;</p> <p>Знать специфику целевой аудитории, знать способы сбора эмпирических данных (наблюдение, статистический анализ, интервью, анкетный опрос), знать типичные программы и приемы исследования общества и отдельных аудиторных групп;</p> <p>Владеть навыками анализа общества и отдельных аудиторных групп, а также приемов эффективного взаимодействия с общественным мнением; навыком соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p>	
	<p>ОПК-4.2.(по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")</p> <p>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных</p>	<p>Уметь использовать в профессиональной деятельности основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности; уметь учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</p> <p>Знать специфику и основные характеристики целевой аудитории, знать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;</p>	Деловая игра, собеседование, дискуссия

	продуктов	Владеть навыками применения на практике инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
--	-----------	---	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	216	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа): - занятия лекционного типа - занятия семинарского типа	93	12
самостоятельная работа	87	85
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	Зачет и экзамен	экзамен

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе				Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы			Всего	
		из них				
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа		

	Очная	Очно-заочная Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема №1. Теория и история связей с общественностью	20	6	6		1										10		6
Тема №2. Функции связей с общественностью и современная структура институтов PR	28	6	8		1										10		7
Тема 3. Связи с общественностью и формирование корпоративного информационного поля	20	6	4		1										10		4
Тема № 4. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью	20	6	6		1										18		4
Тема №5. Медиарилейшенз	20	6	6		1										10		4
Тема №6. Индивидуальный и корпоративный имидж: стратегии управления	20	4	6												10		4
Тема №7. Связи с общественностью в политике и государственном управлении	20	4	6		1										10		4
Тема №8. Связи с общественностью в	20	6	6												10		4

экономике																	
Тема №9. Связи с общественностью в некоммерческих организациях	28		8	8		1									10		4
Тема № 10. Связи с общественностью и гражданское общество: перспективы взаимодействия	20		8	4		1									19		4
Итого	216		6	93		1									87		8

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на зачете и экзамене. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета и экзамена, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ связей с общественностью: содержание ключевых понятий, основных теоретических подходов и исторических корней связей с общественностью; историю и основные теории связей с общественностью; особенности современных цивилизационных условий, в которых осуществляются информационно-коммуникативные процессы, используются интегрированные информационно-коммуникативные технологии; основы сегментирования общественности, особенности профессиональной деятельности в пресс-службах, отделах по связям с общественностью, информационных агентствах, средствах массовой информации; основы копирайтинга, медиапланирования, специфику деятельности консалтинговых агентств. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в 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 незначительными 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 владения материалом. 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 недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1.«Паблик рилейшнз»: понятие, принципы деятельности	ОПК-1
2.Информационные основания коммуникативной деятельности	ОПК-1
3.Зарождение и этапы развития рекламы и связей с общественностью как коммуникации	ОПК-1
4.Исторические этапы формирования массовой коммуникации в западном рыночном обществе	ОПК-1

5.Исторические этапы формирования массовой коммуникации в России	<i>ОПК-1</i>
6.Профессиональные союзы, кодексы, правовые основы коммуникационной деятельности	<i>ОПК-4</i>
7.Этапы формирования связей с общественностью в Западной Европе и США.	<i>ОПК-4</i>
8.Особенности становления и развития отечественной школы «паблик рилейшнз»	<i>ОПК-4</i>
9.Институализация «паблик рилейшнз» в российских госучреждениях, коммерческих структурах, общественных организациях в 90-е гг	<i>ОПК-4</i>
10.Связи с общественностью и реклама: общее и различия	<i>ОПК-1</i>
11.10 «золотых» инструментов «паблик рилейшнз» во взаимодействии со СМИ	<i>ОПК-1</i>
12.Профессиональные требования кPR- специалисту	<i>ОПК-4</i>
13. PR в политике	<i>ОПК-4</i>
14.PRв социальной сфере	<i>ОПК-1</i>
15.PRв сфере культуры	<i>ОПК-1</i>
16. Управление в кризисной ситуации средствами «паблик рилейшнз»	<i>ОПК-1</i>
17.Социологические исследования в деятельности PR-структур	<i>ОПК-4</i>
18. Критерии эффективности деятельности PR-специалиста	<i>ОПК-4</i>
19.PR-технологии формирования имиджа фирмы, компании, региона	<i>ОПК-4</i>
20. Технологии работы с населением	<i>ОПК-1</i>

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенции ОПК-1

Типовое задание по разделу 10. «Связи с общественностью и гражданское общество: перспективы взаимодействия».

Проведение деловой игры в виде учебной пресс-конференции «Паблик рилейшнз: наука или искусство?»

6.2.3. Типовые задания для оценки сформированности компетенции ОПК-4

Типовое задание по разделу 6. «Индивидуальный и корпоративный имидж: стратегии управления».

Решение кейса – создание стратегии продвижения имиджа государственного деятеля.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью : Учебное пособие для академического бакалавриата / Емельянов С. М. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2019. - 197 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=579003&idb=0>
2. Жильцова О.Н. Связи с общественностью : Учебное пособие для академического бакалавриата / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2019. - 337 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=587360&idb=0>
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум : Учебное пособие для академического бакалавриата / Чумиков А. Н. - Москва : Юрайт, 2019. - 173 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=589787&idb=0>

7.2. Дополнительная литература

1. Горохов В.М. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие / Горохов В.М.; Гринберг Т.Э. - Москва : Аспект-Пресс, 2018. - 224 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772629&idb=0>
2. Шпаковский В.О. Технологии управления общественным мнением : Учебное пособие / Пензенский государственный университет. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 240 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=629252&idb=0>

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: информационный ресурс библиотеки.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, оргтехника; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки - «РСО в КС», «РСО в ГМУ».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО _____.

Автор (ы) д.пол.наук Савинова О.Н.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____