

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**

Пиар в университете: российский и зарубежный опыт

---

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.В.22 Пиар в университете: российский и зарубежный опыт относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта)</p> <p>ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-2.1: Знает цели и задачи PR в сфере образования, основные направления деятельности PR-службы вуза. Умеет использовать инструменты мониторинга медиасферы, проводить анализ полученных данных, в том числе определять тональность сообщений об организации (проекте). Владеет навыками управления репутацией в поисковых системах.</p> <p>ПК-2.2: Знает инструменты управления репутацией в интернете, основы планирования и проведения коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Умеет использовать различные PR-инструменты, в том числе работа с целевыми СМИ, интернет-продвижение, внутренний PR, организация специальных мероприятий. Владеет навыками формирования положительной репутации организации и выстраивания долгосрочных отношений с потребителем.</p>	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

--	--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>0</b>	<b>0</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>32</b>	<b>8</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>39</b>	<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>	<b>4</b> <b>Зачёт</b>

#### 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, часы	
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1. Основные целевые аудитории для работы PR-службы университета: классификация, проблемы и потребности каждой ЦА. Предложения университета, чтобы оправдать ожидания ЦА.	6	6			3	1	3	1	3	5
Тема 2. Новые медиа и новые каналы коммуникации PR-службы университета: ресурсы в социальных сетях, фото- и видеохостингах; кампусы вузов в интернет-играх; виртуальные туры; виртуальные музеи; подкасты; интернет-магазины; мобильные приложения.	7	6			3	1	3	1	4	5
Тема 3. Корпоративный стиль университета: логотип университета, слоган, монограмма, герб, печать, флаг, маскот, гимн, логотипы спортивных клубов /атлетические талисманы, логотипы/эмблемы факультетов.	7	6			3	1	3	1	4	5
Тема 4. Университетские достопримечательности как инструмент формирования бренда: архитектурные сооружения, ландшафтные объекты, малые архитектурные формы, объекты флоры, скульптуры.	6	5			3		3	0	3	5
Тема 5. Особенности организации пресс-туров и блог-туров в	6	6			3	1	3	1	3	5

университете.										
Тема 6. Антикризисный PR в университете: действия PR-службы в условиях медийного скандала.	7	7			3	1	3	1	4	6
Тема 7. Ситуативный (ситуационный) PR: анализ перспективных тем информационной повестки и разработка кампании по «встраиванию» в повестку дня.	6	5			3		3	0	3	5
Тема 8. PR-составляющая деятельности клубов дарителей и эндаумент-фондов вузов.	7	6			3	1	3	1	4	5
Тема 9. PR и поддержка университетами общественно-значимых инициатив: благотворительность, волонтерство, экология, разумное потребление.	5	6			2		2	0	3	6
Тема 10. PR-взаимодействие с выпускниками вузов: деятельность ассоциаций выпускников, проект зарубежных амбассадоров университета, разработка программ лояльности, менторские программы и гостевые лекции.	7	7			3	1	3	1	4	6
Тема 11. Основной функционал PR-службы вуза, ее оптимальная структура в современных условиях.	7	7			3	1	3	1	4	6
Аттестация	0	4								
КСР	1	1						1	1	
Итого	72	72	0	0	32	8	33	9	39	59

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Основные целевые аудитории для работы PR-службы университета: классификация, проблемы и потребности каждой ЦА. Предложения университета, чтобы оправдать ожидания ЦА.

Тема 2. Новые медиа и новые каналы коммуникации PR-службы университета: ресурсы в социальных сетях, фото- и видеохостингах; кампусы вузов в интернет-играх; виртуальные туры; виртуальные музеи; подкасты; интернет-магазины; мобильные приложения.

Тема 3. Корпоративный стиль университета: логотип университета, слоган, монограмма, герб, печать, флаг, маскот, гимн, логотипы спортивных клубов /атлетические талисманы, логотипы/эмблемы факультетов.

Тема 4. Университетские достопримечательности как инструмент формирования бренда: архитектурные сооружения, ландшафтные объекты, малые архитектурные формы, объекты флоры, скульптуры.

Тема 5. Особенности организации пресс-туров и блог-туров в университете.

Тема 6. Антикризисный PR в университете: действия PR-службы в условиях медийного скандала.

Тема 7. Ситуативный (ситуационный) PR: анализ перспективных тем информационной повестки и разработка кампании по «встраиванию» в повестку дня.

Тема 8. PR-составляющая деятельности клубов дарителей и эндаумент-фондов вузов.

Тема 9. PR и поддержка университетами общественно-значимых инициатив: благотворительность, волонтерство, экология, разумное потребление.

Тема 10. PR-взаимодействие с выпускниками вузов: деятельность ассоциаций выпускников, проект зарубежных амбассадоров университета, разработка программ лояльности, менторские программы и гостевые лекции.

Тема 11. Основной функционал PR-службы вуза, ее оптимальная структура в современных 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.

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. - Москва : Юрайт, 2022. - 286 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/509469> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-15699-7 : 1149.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".
2. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2022. - 263 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/497485> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-13311-0 : 1079.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".

## **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 - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

1. Проанализировать одну целевую аудиторию с точки зрения связей с общественностью: что хотят получить от вуза? что может предложить им вуз? как это потенциальное взаимодействие может быть представлено в публичной сфере?
2. Антикризисный PR в вузе: разбор конкретного случая из практики российских или зарубежных университетов - скандальная ситуация, информация о которой появилась в медиа; на какой площадке появилась информация впервые и как распространялась в медиасфере; реакция администрации вуза в целом; реакция PR-службы; ваша оценка их действий и ваши рекомендации.
3. Составить список тем, которые будут присутствовать в топе региональной новостной повестки в ближайшей перспективе; подготовить предложение по любой из этих тем для PR-службы регионального вуза, чтобы «встроиться» в повестку дня.
4. Найти информацию в Сети и рассказать о мероприятии, организованном вузом, как удачном информационном поводе, вызвавшем интерес СМИ и/или блогеров; выявить причины данного успеха.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.

Оценка	Критерии оценивания
	Допущено несколько негрубых ошибок.
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
плохо	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.

## 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 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 несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	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 несущественными недочетами, выполнены все задания в полном	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

						объеме	
<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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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 ПК-2

1. Основной функционал PR-службы вуза, ее оптимальная структура в современных условиях.
2. Целевые аудитории для работы PR-службы университета: классификация, проблемы и потребности каждой ЦА.
3. Новые медиа и новые каналы коммуникации PR-службы университета.
4. Корпоративный стиль университета как инструмент формирования бренда.

5. Особенности организации пресс-туров и блог-туров в университете.
6. Ситуативный (ситуационный) PR: анализ перспективных тем информационной повестки и разработка кампании по «встраиванию» в повестку дня.
7. Антикризисный PR в университете.
8. PR-взаимодействие с выпускниками вузов.
9. PR-составляющая деятельности клубов дарителей и эндаумент-фондов вузов.
10. PR и поддержка университетами общественно-значимых инициатив: благотворительность, волонтерство, экология, разумное потребление.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.
не зачтено	Не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

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

Основная литература:

1. Потапов Ю. А. Современная пресс-служба : учебник / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 294 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494465> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-12233-6 : 1179.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=821391&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Панкрухин Александр Павлович. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании : учеб. пособие для студентов экон. и пед. вузов и фак. - М. : Интерпракс, 1995. - 238 с. - На тит. л. и обл.: Программа "Обновление гуманитарного образования в России". - 0.10., 4 экз.
2. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью / Емельянов С. М. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 197 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/492279> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-08991-2 : 669.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785730&idb=0>.

3. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 475 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490280> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-14309-6 : 1839.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=818206&idb=0>.
4. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 507 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-14314-0 : 1949.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=820978&idb=0>.

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

Точка зрения | Нужен ли пиар вузам? / Постнаука // <https://postnauka.org/talks/32891>

Специфика разработки PR-стратегии в учреждениях высшего профессионального образования / PR.Student. - 04.04.2023 // <https://www.prstudent.ru/pr/specifika-razrabotki-pr-strategii-v-uchrezhdeniyah-vysshego-professionalnogo-obrazovaniya>

Как продвигать вузы и колледжи в социальных сетях? // <https://dzen.ru/video/watch/6048836b04378d7ce574a723?rid=925618026.48.1718287987782.48313&t=2>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

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

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): Панкратов Павел Вячеславич.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

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