

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 04.09.2024 14:00:19  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.04.2. Современные PR-технологии**

Направление подготовки:  
**51.03.03 «Социально-культурная деятельность»**

Направленность (профиль) программы бакалавриата:  
**«Менеджмент социально-культурной деятельности»**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая учебная программа дисциплины «Современные PR-технологии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. №1179 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 09.01.2018 г. регистрационный № 49575).

Разработчик РПД:

старший преподаватель  
(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Д. С. Калинин  
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки

(подпись)

В. Н. Еремينا

Начальник управления по информатизации

(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»  
« 20 » 05 20 20 г., протокол № 9 .

Заведующий кафедрой, д.с.н., доцент  
(уч. степень, уч. звание)

(подпись)

С. В. Явон  
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела

(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

**Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.**

## АННОТАЦИЯ

### Б1.В.ДВ.04.2. Современные PR-технологии

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-3. Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	ИПК-3.2. Демонстрирует умения осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности ИПК-3.4. Анализирует цели и задачи социально-культурной деятельности при разработке плана информационного сопровождения социально-культурных программ и мероприятий, деятельности организаций культурно-досугового типа	<b>Знает:</b> - сущность и содержание основных PR-технологий - специфику и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий - особенности использования PR-технологий в сфере социально культурной деятельности <b>Умеет:</b> - учитывать психологические аспекты применения PR-технологий - разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению PR- технологий в социально культурной деятельности - организовывать программы, проекты и отдельные мероприятия в области информационного сопровождения социально-культурной деятельности <b>Владеет:</b> - навыками использования современных PR-технологий в практике социально культурной деятельности - технологиями информационного сопровождения деятельности организаций культурно-досугового типа	01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых

#### Краткое содержание дисциплины:

Концепция позиционирования.

Имидж и репутация в системе позиционирования.

Брендинг как PR-технология.

Ивент как PR-технология.

PR-технологии продвижения в сети Интернет.

Социальные сети как PR-технология.

## ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 1.1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины - освоение обучающимися теоретических знаний о сущности и содержании современных PR-технологий, развитие умений и навыков применения их на практике, формирование способности осуществлять профессиональную деятельность.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-3. Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	ИПК-3.2. Демонстрирует умения осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально- культурной деятельности ИПК-3.4. Анализирует цели и задачи социально-культурной деятельности при разработке плана информационного сопровождения социально-культурных программ и мероприятий, деятельности организаций культурно-досугового типа	<b>Знает:</b> - сущность и содержание основных PR-технологий - специфику и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий - особенности использования PR-технологий в сфере социально культурной деятельности <b>Умеет:</b> - учитывать психологические аспекты применения PR-технологий - разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению PR-технологий в социально культурной деятельности - организовывать программы, проекты и отдельные мероприятия в области информационного сопровождения социально-культурной деятельности <b>Владеет:</b> - навыками использования современных PR-технологий в практике социально культурной деятельности - технологиями информационного сопровождения деятельности организаций культурно-досугового типа	01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата и является элективной дисциплиной, углубляющей освоение профиля (Дисциплины по выбору).

Освоение дисциплины осуществляется в 5 семестре (заочная форма обучения).

Дисциплины, на освоении которых базируется данная дисциплина:

- Технологические основы социально-культурной деятельности
- Маркетинг

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Технологии менеджмента социально-культурной деятельности
- Основы дипломного проектирования

Основные положения дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **5 з.е. (180 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>180</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:</b>	<b>- / 48</b>
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	- / 8
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	- / 10
<b>контактная работа в ЭИОС</b>	<b>- / 30</b>
<b>Самостоятельная работа всего, в т.ч.:</b>	<b>- / 128</b>
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	- / 128
Выполнение курсового проекта / курсовой работы	- / -
<b>Контроль (часы на экзамен, зачет)</b>	<b>- / 4</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>дифференцированный зачет</b>

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоёмкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

### 3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа					в часах	формы организации самостоятельной работы	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час	работа в ЭИОС, час				
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 1.</b> Концепция позиционирования	2		2	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	21	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 2.</b> Имидж и репутация в системе позиционирования	2		2	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	21	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 3.</b> Брендинг как PR-технология	2		2	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	21	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 4.</b> Ивент как PR-технология	2		2	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	21	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 5.</b> PR-технологии продвижения в сети Интернет	4		1	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	21	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.	<b>Тема 6.</b> Социальные сети как PR-технология	2		1	5	Лекция-визуализация Семинар-практикум	23	Самостоятельное изучение темы	Доклад/сообщение Презентация Кейс-задание Индивидуальная работа
<b>ИТОГО</b>		<b>8</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>30</b>		<b>128</b>		

### Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (технологическая карта)

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение	допускаются все студенты	3	5	15
Презентация	допускаются все студенты	3	5	15
Кейс-задание	допускаются все студенты	6	10	60
Индивидуальная работа	допускаются все студенты	1	10	10
<b>Итого по дисциплине</b>				<b>100 баллов</b>

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

## 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- репродуктивные технологии;
- технологии развивающего обучения;
- практико-ориентированные технологии.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

**Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень)**, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень)**, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено



числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

#### **4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

#### **4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- выполнение и анализ практических заданий;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

#### **4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС).

Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

#### Основная литература

1. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=328133> (дата обращения: 09.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный.
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068911> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0556-6. - Текст : электронный.
3. Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].— (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920551> (дата обращения: 09.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный.
4. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный.
5. Чумиков, А. Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учеб. для вузов по направлению подгот. (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 343 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Глоссарий. - URL: <https://znanium.com/read?id=348165> (дата обращения: 11.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-013075-0. - 978-5-16-101069-3. - Текст : электронный.
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.
7. Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации : энциклопедия / Д. А. Шевченко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 298 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1428071> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03868-6. - Текст : электронный.

#### Дополнительная литература

8. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. : табл. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367327> (дата

- обращения: 13.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003443-0. - 978-5-16-101780-7. - Текст : электронный.
9. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз : учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" / М. В. Гундарин. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2007. - 334 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-91134-150-3. - 978-5-16-003152-1 : 134-09;121-88;88-99. - Текст : непосредственный.
  10. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий. - Изд. 3-е, испр. и перераб. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. : ил., табл. - (Учебники для вузов). - ISBN 978-5-7567-0538-6 : 198-71;220-77;167-20. - Текст : непосредственный.
  11. Музыкант, В. Л. Бренднг. Управление брендом : учеб. пособие для вузов по направлению "Торговое дело" и специальностям "Реклама", "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2020. - 316 с. - (Высшее образование - Бакалавриат. Азбука рекламы). - URL: <https://znanium.com/read?id=354865> (дата обращения: 29.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01236-9. - 978-5-16-100882-9. - Текст : электронный.
  12. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2018. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=372535> (дата обращения: 13.01.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.
  13. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблицер, 2016. - 153 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный.
  14. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. для студентов бакалавриата по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 486 с. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://znanium.com/read?id=358566> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный.
  15. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны") : учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Социология" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и образования, Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2017. - 259 с. - Слов. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02257-9. - Текст : электронный.
  16. Шарков, Ф. И. Коммуникология : Энциклопедический словарь-справочник : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К [и др.], 2019. - 766 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358389> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02169-5. - Текст : электронный.
  17. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и соц. отношений, Каф. связей с общественностью. - Москва : Акад. проект ; Екатеринбург : Деловая кн., 2007. - 300 с. - (Gaudeamus. Социология). - Глоссарий. - ISBN 5-8291-0788-0. - 5-88687-175-6 : 103-70;96-03;87-56;96-03. - Текст : непосредственный.

## 5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : сайт. - URL : <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
3. КУБ - электронная библиотека : сайт. - URL : <http://www.koob.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
4. Университетская информационная система РОССИЯ : сайт. - URL : <http://uisrussia.msu.ru/>(дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
7. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

## 5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

## **6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

**Занятия лекционного типа.** Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

**Занятия семинарского типа.** Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

**Промежуточная аттестация.** Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

**Самостоятельная работа.** Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

### **Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

## **7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости**

#### **8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (темы докладов/сообщений и презентаций)**

##### **Практическое занятие №1. Концепция позиционирования**

1. Сущность позиционирования.
2. Принципы и правила позиционирования.
3. Программа позиционирования.

##### **Практическое занятие №2. Имидж и репутация в системе позиционирования**

1. Определение имиджа.
2. Определение репутации.
3. Сопоставление имиджевых и репутационных аспектов коммуникационных констант.

##### **Практическое занятие №3. Брендинг как PR-технология**

1. Бренд как явление современных рыночных коммуникаций.
2. Ключевые характеристики бренда.
3. Брендинг и ребрендинг.

##### **Практическое занятие №4. Ивент как PR-технология**

1. Событие как повод актуализации PR-деятельности.
2. Специальное мероприятие как явление и как услуга.
3. Классификация специальных мероприятий.
4. Организация и проведение специальных мероприятий.

##### **Практическое занятие №5. PR-технологии продвижения в сети Интернет**

1. Понятие интернет-представительства.
2. Инструменты и способы продвижения в сети Интернет.
3. Сайт как инструмент продвижения PR-субъекта.

##### **Практическое занятие №6. Социальные сети как PR-технология**

1. Определение социальной интернет-сети.
2. Виды социальных сетей.
3. Структура и возможности социальных сетей.

#### **8.1.2. Примерные кейс-задания**

1. Разработка стратегии позиционирования гипермаркета.
2. Разработка концепции имиджа коммерческой организации.
3. Создание концепции бренда спортивных товаров.
4. Разработка специального мероприятия.
5. Разработка концепции портала.
6. Разработка макета сайта-визитки.
7. Создание паблика коммерческой организации в социальной сети «ВКонтакте»

#### **8.1.3. Примерные темы индивидуальных работ**

1. PR в системе социальных технологий.
2. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.

3. Особенности технологии и технологизации рекламной деятельности и связей с общественностью.
4. Характерные признаки и критерии PR-технологии.
5. Разработка этапов PR-технологии.
6. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий.
7. Системное описание модели PR-технологии.
8. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.
9. PR-технологии в политике.
10. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании.
11. PR-инструменты, используемые для позиционирования партий или политических лидеров.
12. PR-технологии в инвестиционной сфере.
13. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности.
14. Особенность работы представителя связей с общественностью на фондовом рынке.
15. Особенность работы представителя связей с общественностью в реальном секторе экономики.
16. PR-технологии в социальной сфере.
17. Понятие и особенности социальных PR-технологий.
18. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий как PR-технология.
19. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы.
20. Особенности PR-технологий на информационном рынке, этапы взаимодействия с аудиторией.
21. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах.
22. Социальные сети как инструмент PR.
23. Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний.
24. Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг.
25. Специфика PR-деятельности в отраслях производства, торговли.
26. Специфика PR-деятельности в сфере услуг.
27. Специфика PR-деятельности на рынке цифровых услуг и услуг связи.
28. Особенности PR-технологий в сфере науки, образования и культуры.

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине**

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен: по результатам накопительного рейтинга или компьютерного тестирования (заочная форма обучения).

### **Примерный перечень тестовых заданий (ПК-3: ИПК-3.2., ИПК-3.4.)**

1. RACE – это:
  - а) Технологический цикл кампании
  - б) Схема анализа кампании
  - в) Реестр номенклатуры
  
2. Пресс-конференции, пресс-туры, тест-драйвы относятся к:
  - а) Деловым мероприятиям
  - б) Мероприятиям для СМИ
  - в) Благотворительным мероприятиям



3. Технология инвестирования средств базисного субъекта (заказчика) в социально значимые проекты с целью получения отдачи в виде паблицитного капитала – это:

- а) PR-кампания
- б) Тайм-менеджмент
- в) Спонсоринг

4. Технология системного привлечения ресурсов на реализацию социально значимых проектов – это:

- а) Аутсорсинг
- б) Медиация
- в) Фандрайзинг

5. Технологии воздействия на процессы PR-проекта путём кардинальной трансформации коммуникационной среды коллектива исполнителей – это:

- а) Каталитические технологии
- б) Технологии моделирования
- в) Технологии распределения ресурсозатрат

6. Технология создания имиджа (социальной маски) базисного субъекта – это:

- а) Рестайлинг
- б) Брендинг
- в) Имиджмейкинг

7. Технология присвоения идентификационному маркеру (имени, товарному знаку) социального субъекта (персоны, организации) большого количества социально конвертируемых образов (упрощенно – положительных ассоциаций) – это:

- а) Аутсорсинг
- б) Брендинг
- в) Медиация

8. Продвижение интересов социального субъекта в органах власти – это:

- а) Коучинг
- б) Лобби
- в) Тайм-менеджмент

9. Сувениры с символикой мероприятия или брендированной продукцией предназначены для:

- а) сохранения памяти о мероприятии
- б) оправдания бюджета перед заказчиком
- в) подарка представителям СМИ

10. Основная функция фотоотчёта со специального мероприятия:

- а) подтвердить затраты
- б) обеспечить эффект сопричастности
- в) обеспечить иллюстрациями корпоративный сайт

#### **Регламент проведения компьютерного тестирования**

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
не менее 100	30	30

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.