

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»**

**ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Деятельность PR-подразделения коммерческой фирмы**

**Рабочая программа дисциплины**

**для подготовки бакалавров заочная форма**

**для студентов, обучающихся по направлению подготовки**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**

**профиль Интегрированные коммуникации**

**год утверждения программы: 2021**

**Разработчик рабочей программы дисциплины: И.А. Кетова**

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»*

*протокол № 01 от 01 сентября 2022 г.*

**Челябинск, 2022**

## Содержание Приложения

### 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций с указанием индикаторов) их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторам и достижения компетенции
<b>ПKN-2</b>	Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации	<p>1. Разрабатывает коммуникационную стратегию на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации.</p> <p>2. Реализует коммуникационную стратегию на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия</p>	<p><b>Знать:</b> психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; функции и специфику воздействия массовых коммуникаций с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR акциями.</p> <p><b>Знать:</b> маркетинговые стратегии, включающие в себя элементы и принципы коммуникации</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать годовой, квартальный, месячный план мероприятий по реализации коммуникационной стратегии; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области;</p>
<b>ПКП-4</b>	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией объектом	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	<p><b>Знать:</b> специфику оформления прав на результаты коммуникационных активностей;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить комплекс мероприятий по обеспечению юридического закрепления прав на результаты коммуникационных активностей;</p>

		<p>2.Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта</p> <p>3.Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> особенности правового регулирования использования третьими лицами результатов коммуникации организации;</p> <p><b>Уметь:</b> эффективно координировать и контролировать мониторинг нелегального использования, созданный организацией результатов коммуникационной деятельности;</p> <p><b>Знать:</b> порядок внесудебной защиты результатов коммуникационной деятельности организации;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить комплекс мероприятий по подготовке к осуществлению правовой защиты прав организации на результаты коммуникаций во внесудебном порядке;</p>
--	--	---	--

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)**

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 5 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 з.е. / 144</b>	<b>4 з.е. / 144</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<i>Лекции</i>	<b>4</b>	<b>4</b>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>132</b>	<b>132</b>
Вид текущего контроля	эссе	
Вид промежуточной аттестации	зачет	

## 5.2 Учебно-тематический план

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоя- тельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в ин- терактивных формах		
1	Понятие PR	23	1	-	1	1	22	Опрос, дискуссия, самостоятельная работа

2	История возникновения развития PRрекламы	23	1	-	1	1	22	Опрос, дискуссия, самостоятельная работа
3	Основы рекламы и PR в области право и этики	25	3	1	2	2	22	Опрос, дискуссия, самостоятельная работа,
4	Основные организационные особенности PR-деятельности	25	3	1	2	2	22	Опрос, дискуссия, самостоятельная работа
5	Специфика PR-деятельности как процесса: анализ, планирование, коммуникация, оценка	24	2	1	1	1	22	Опрос, дискуссия, самостоятельная работа
6	Информационно-коммуникативные технологии общественными отношениями.	24	2	1	1	1	22	Опрос, дискуссия, эссе
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>132</b>	Согласно учебному плану: эссе
	Итого в %					67		

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

**ПКН-2** Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1. Разрабатывает коммуникационную стратегию на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации.	<b>Знать:</b> психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций. <b>Уметь:</b> анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR акциями.	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций. <b>Уметь:</b> анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR акциями.	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; функции и специфику воздействия массовых коммуникаций с учетом тенденций развития	Высокий уровень

	общественных и государственных институтов. <b>Уметь:</b> анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR акциями.	
2. Реализует коммуникационную стратегию на основе годового, квартального, месячного плана мероприятия	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии, включающие в себя элементы и принципы коммуникации <b>Уметь:</b> разрабатывать годовой, квартальный, месячный план мероприятий по реализации коммуникационной стратегии;	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии, включающие в себя элементы и принципы коммуникации <b>Уметь:</b> разрабатывать годовой, квартальный, месячный план мероприятий по реализации коммуникационной стратегии;	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии, включающие в себя элементы и принципы коммуникации <b>Уметь:</b> разрабатывать годовой, квартальный, месячный план мероприятий по реализации коммуникационной стратегии; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области;	Высокий уровень

**ПКП-4 Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией объектом**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
1.Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	<b>Знать:</b> основы оформления прав на результаты коммуникационных активностей; <b>Уметь:</b> проводить мероприятия по обеспечению юридического закрепления прав на результаты коммуникационных активностей;	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> специфику оформления прав на результаты коммуникационных активностей; <b>Уметь:</b> проводить мероприятия по обеспечению юридического закрепления прав на результаты коммуникационных активностей;	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> специфику оформления прав на результаты коммуникационных активностей; <b>Уметь:</b> проводить комплекс мероприятий по обеспечению юридического закрепления прав на результаты коммуникационных активностей;	Высокий уровень
2.Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта	<b>Знать:</b> основы правового регулирования использования третьими лицами результатов коммуникации организации; <b>Уметь:</b> эффективно координировать мониторинг нелегального использования, созданный организацией результатов коммуникационной деятельности;	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> особенности правового регулирования использования третьими лицами результатов коммуникации организации;	Продвинутый уровень

	<b>Уметь:</b> эффективно координировать использования созданный организацией результатов коммуникационной деятельности;	
	<b>Знать:</b> особенности правового регулирования использования третьими лицами результатов коммуникации организации; <b>Уметь:</b> эффективно координировать и контролировать мониторинг нелегального использования, созданный организацией результатов коммуникационной деятельности;	Высокий уровень
3.Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации	<b>Знать:</b> основы внесудебной защиты результатов коммуникационной деятельности организации; <b>Уметь:</b> проводить мероприятия по подготовке к осуществлению правовой защиты прав организации на результаты коммуникаций во внесудебном порядке;	Пороговый уровень
	<b>Знать:</b> порядок внесудебной защиты результатов коммуникационной деятельности организации; <b>Уметь:</b> проводить мероприятия по подготовке к осуществлению правовой защиты прав организации на результаты коммуникаций во внесудебном порядке;	Продвинутый уровень
	<b>Знать:</b> порядок внесудебной защиты результатов коммуникационной деятельности организации; <b>Уметь:</b> проводить комплекс мероприятий по подготовке к осуществлению правовой защиты прав организации на результаты коммуникаций во внесудебном порядке;	Высокий уровень

### Этапы формирования компетенций

№	Тема занятия	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенции (знания/умения)
1.	Понятие PR	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> структуру, роль и место связей с общественностью в современном обществе; методы, функции механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; <b>Уметь:</b> проводить рекламные кампании и кампании по связям с

				общественностью; специальных событий, акций и мероприятий; использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия;
2.	История возникновения развития PRрекламы	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> особенности становления связей с общественностью <b>Уметь</b> применять различные методы решения организационных, медийных и ПР проблем в ходе проведения PR-кампаний;
3.	Основы рекламы PR в области право и этики	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
4.	Основные организационные особенности PR- деятельности	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
5.	Специфика PR- деятельности как процесса: анализ, планирование, коммуникация, оценка	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации <b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационные стратегии на основе анализа ситуации и определения целевого образа организации
6.	Информационно- коммуникативные технологии в управлении	ПКН-2 ПКП-4	Опрос, дискуссия, ситуационные задачи, презентация	<b>Знать:</b> базовые отношения, мнения и модели поведения

	современными общественными отношениями.			исследуемых целевых аудиторий <b>Уметь:</b> определять базовые отношения, мнения и модели поведения исследуемых целевых аудиторий
--	---	--	--	--

### Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ПKN-2	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач
ПКП-4	Реферат, Обсуждение вопросов	Реферат, Обсуждение вопросов Тест	Реферат, Обсуждение вопросов Тест Решение практических задач