

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации
РПД_3-42.03.01.03_2019_125483
Актуализировано: 26.05.2021

Рабочая программа дисциплины
Работа служб рекламы и связей с общественностью

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01 шифр
	Реклама и связи с общественностью наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03 шифр
	Интегрированные коммуникации наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Игошина Юлия Викторовна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Сформировать системное представление об основных аспектах организации работы службы рекламы и связей с общественностью и перечень практических навыков по решению задач стратегического и оперативного управления службой, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности службы.
Задачи дисциплины	<p>1) изучение специфики и особенностей организации и функционирования системы управления службой рекламы и связей с общественностью организации;</p> <p>2) изучение видов и способов формирования взаимодействия организации и общественности, бизнес-структур и потребителя, организации работы с партнерами, заказчиками и СМИ;</p> <p>3) формирование знаний и умений, позволяющих эффективно осуществлять профессиональные, аналитические, организационно-управленческие и консультационно-методические функции.</p>

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

Компетенция ПК-1

Способен принимать участие в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
основы рекламной деятельности, функционал специалиста по рекламе и связям с общественностью	применять знания для осуществления функций по продвижению организаций, товаров и услуг	способностью выполнять задания в рамках функционала специалиста по рекламе и связям с общественностью

Компетенция ПК-3

Способен принимать участие в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		
Знает	Умеет	Владеет
современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	использовать в профессиональной деятельности современные технические средства, информационно-коммуникационные технологии, методы работы по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете	навыками работы по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете (сайт, новостные ленты, социальные сети и т.д.)

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью	ПК-1
2	Процессы управления службой рекламы и связей с общественностью	ПК-3
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-1, ПК-3

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	5 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	5 семестр (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	144	4	83.5	54	18	36	0	60.5	5		5

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью»		56.50
Лекции		
Л1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	4.00
Л1.2	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	4.00
Л1.3	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	4.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Отдел в организации: маркетинговый, рекламный, коммуникационный, связей с общественностью	4.00
П1.2	Коммуникатор как единственный сотрудник	4.00
П1.3	Аутсорсинг в сфере коммуникаций. Виды аутсорсинга	4.00
П1.4	Пресс-служба как форма организации работы	4.00
П1.5	Тенденции развития организационных форм работы в сфере коммуникаций	4.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	4.00
С1.2	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	4.00
С1.3	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	12.50
Раздел 2 «Процессы управления службой рекламы и связей с общественностью»		60.00
Лекции		
Л2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	2.00
Л2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	2.00
Л2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Место службы в структуре организации. Управленческие аспекты	4.00
П2.2	Задачи и функции службы	4.00
П2.3	Этапы деятельности службы	4.00
П2.4	Методы оценки эффективности службы	4.00

Самостоятельная работа		
C2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	4.00
C2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	5.00
C2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	5.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
Курсовые работы, проекты		
К2.1	Подготовка курсового проекта	10.00
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.50
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР3.2	Защита курсовой работы (проекта)	0.50
КВР3.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.3	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Блюм, М. А. Рекламная деятельность : учебное пособие / М.А. Блюм. - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 94 с. - ISBN 978-5-8265-1503-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Рыбаков, Ю. П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности : учебное пособие / В. Ковалевский. - Оренбург : ОГУ, 2012. - 122 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учебное пособие / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2 : 189.00 р., 210.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. 030602.65 (350400) Связи с общественностью / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2 : 210.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Мельникова, Надежда Анатольевна. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 180 с. - Библиогр.: с. 179. - ISBN 978-5-394-01550-2 : 133.10 р. - Текст : непосредственный.

2) Паничкина, Галина Георгиевна. Как провести успешную рекламную кампанию / Г. Г. Паничкина, Н. С. Носова. - М. : Дашков и К, 2012. - 160 с. - Библиогр.: с. 157-159. - ISBN 978-5-394-01121-4 : 108.90 р. - Текст : непосредственный.

3) Шацкий, П. С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 : Б.

ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Ермаков, М. П. Продажа рекламного пространства в системе различных информационных носителей / М.П. Ермаков. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 150 с. - ISBN 978-5-504-00459-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142043/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Абросимов, Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00873-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Дрешер, А. Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Солнцева, Д. С. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач, проблематика вопроса / Д.С. Солнцева. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 148 с. - ISBN 978-5-504-00447-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140295/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

8) Бутринов, А. Д. Организация рекламной деятельности предприятия / А.Д. Бутринов. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00386-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141936/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

9) Цветков, Д. А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 109 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

10) Петухов, К. Г. Совершенствование рекламной деятельности по товародвижению и сбыту продукции / К.Г. Петухов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 117 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89715/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

11) Ворошилов, Валентин Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности

"Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов ; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики. - М. : КноРус, 2009. - 221, [1] с. ; 22 см. - Библиогр.: с. 212-215. - ISBN 978-5-390-00246-9 в пер. : 196.00 р., 172.50 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Невоструева, А. Ф. Современная пресс-служба : учебно-методическое пособие / А. Ф. Невоструева. - Пермь : ПНИПУ, 2011. - 69 с. - ISBN 978-5-398-00569-1 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161113> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Ноутбук Acer
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
ЭКРАН ПРОЕКЦИОННЫЙ DIGIS DSOB-1106

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=125483