

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической работе

Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.08 «Основы PR деятельности»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

(базовая подготовка)

Форма обучения

Очная

Пермь 2020

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы PR деятельности» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Мусин Э.Р., преподаватель.

Рабочая программа междисциплинарного курса рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 3 от «17» января 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.08 Основы PR деятельности является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена:

учебная дисциплина Основы PR деятельности входит в профессиональный цикл и является вариативной общепрофессиональной дисциплиной.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

У1 осуществлять под контролем профессиональные функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных и коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;

У2 использовать полученные знания и навыки работы на практике в пресс-центрах, пресс-службах, PR-агентствах и СМИ;

У3 применять методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике;

У4 составлять и писать тексты ПР-жанров.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

31 экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «публичных отношений»;

32 особенности развития связей с общественностью в современной России;

33 субъекты и объекты, цели и функции PR, классификацию и основные направления услуг в области связей с общественностью;

34 функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях;

35 главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и российские правовые нормы профессиональные стандарты в области связей с общественностью.

В результате освоения данной дисциплины у выпускника формируются компетенции:

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые

методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем, часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	162
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	108
в том числе:	
лекционные занятия	70
практические занятия	38
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	54
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1			
Тема 1.1 Вводная лекция	Содержание учебного материала Понятие PR. Подходы к определению PR. Цели. Задачи и функции PR. Объекты PR	2	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1
	Практические занятия Дискуссия – место PR в системе наук	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	3	
Тема 1.2 История возникновения и развития PR	Содержание учебного материала Причины возникновения PR. Этапы становления. PR в России	4	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1
	Практические занятия – Защита презентаций «Великие пиарщики 20 века»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.3 Профессия PR-специалист	Содержание учебного материала: Компетенции PR-специалиста. Качества личности. Многогранность деятельности специалистов в области PR. Востребованность специалистов. Обязанности PR-специалистов. Где работают PR-специалисты	4	ОК1, ОК4, ОК8, ПК3.1
	Практические занятия: Эссе на тему «Как стать PR-специалистом»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.4 Общественное мнение	Содержание учебного материала: Носители общественного мнения. Объективные условия и субъективные факторы в формировании и функционировании общественного мнения. Индивидуальные потребности и интересы. Коллективные интересы и установки и стереотипы. Социальные проблемы.	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК8, ПК3.1, ПК4.1,
	Практические занятия – Мониторинг общественного мнения	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.5 Методы управления общественным мнением	Содержание учебного материала Информационные методы. Пропагандистские методы. Культурно-массовые методы.	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК8, ПК3.1, ПК4.1,
	Практические занятия: Дискуссия «Современные методы управления общественным мнением»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.6 Целевые аудитории в связях с общественностью	Содержание учебного материала: Понятие общественность и общественное мнение. Типовые группы общественности. Понятия «лидеры общественного мнения», «группы особых интересов». Определение целевых аудиторий. Их классификация.	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Практические занятия Определение ЦА связей с общественностью в крупных компаниях	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.7. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью	Содержание учебного материала: Профессиональное поведение PR-специалиста. Виды кодексов профессионального поведения в сфере PR. Особенности профессиональной подготовки специалистов по PR. Особенности работы специалистов по СО на международном уровне.	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Практические занятия:	2	

Тема 1.8. Основные организационные структуры в связях с общественностью	Эссе «Этичность в области PR. Проблемы и кейсы»		OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
	Содержание учебного материала: Организационные структуры в СО. Понятие корпоративной культуры, корпоративного имиджа, фирменного стиля. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Различия и сходства в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Независимый PR-консультант и PR-департамент. Интерактивный корпоративный Web-site. Виды и роль внутрифирменных коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом. Характеристика российского рынка PR-услуг.	4	
	Практические занятия Поиск и анализ PR-агентств России	4	
Тема 1.9 Каналы выхода на различные аудитории общественности	Самостоятельная работа обучающихся	3	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Содержание учебного материала: Понятие «база данных целевых СМИ». Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО. Критерии выбора СМИ. Стратегия и тактика взаимоотношений с местными, региональными, центральными и международными СМИ. Технологии использования СМК в кризисных ситуациях. Виды средств связи со СМИ, используемых в СО. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ.	4	
	Практические занятия: Составление базы данных СМИ	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.10. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью	Содержание учебного материала: Правовое регулирование связей с общественностью; саморегулирование. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе и т.д. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, обычаи; корпоративные нормы. Нормы международного права о связях с общественностью.	4	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.11 Объединения специалистов и профессиональные издания в области связей с общественностью	Содержание учебного материала: Функции общественных рекламных и PR-ассоциаций. Российские объединения по связям с общественностью. Международные Ассоциации в области связей с общественностью. Главные международные и российские профессиональные издания и справочные службы в области связей с общественностью.	4	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.12 Средства коммуникации и коммуникативные процессы в PR	Содержание учебного материала: Понятие коммуникации и массовой коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации. Принципы PR-коммуникаций. Приемы PR-коммуникаций.	4	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.13. Исследования, планирование и программирование – основа эффективных PR-технологий	Содержание учебного материала Основные этапы процесса стратегического планирования. Составляющие процесса управления PR-технологиями. Проведение исследования. Особенности методики проведения социологических исследований. Этапы проведения исследований. Планирование по результатам проблемной диагностики.	4	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.14 Кризисный PR	Содержание учебного материала: Понятие кризиса. Составляющие кризисного регулирования. Управление кризисными ситуациями. Факторы кризисной ситуации. Планирование антикризисного управления.	4	OK1, OK2, OK3, OK4, OK5, OK6, OK8, OK9, ПК1.1, ПК3.1, ПК3.2,

	Практические занятия: Моделирование кризисных ситуаций и планирование выходов из них	4	ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.15 Управление имиджем	Содержание учебного материала: Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Корпоративный имидж, макро имидж фирмы. Инструменты имиджмейкера	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Практические занятия – Составление карты управления имиджем предприятия и персоны	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.16 Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Содержание учебного материала: Менеджмент новостей. Механизмы управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Слухи, их особенности и факторы распространения	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема. 1.17 Политический, финансовый и шоу- бизнес PR	Содержание учебного материала: Отличия политического PR от бизнес-PR. Услуги политического консалтинга. Лоббирование. Использование методов «серого» и «черного» PR. Особенности финансового PR. Методы финансового PR. Особенности PR в шоу-бизнесе. Методы PR в шоу-бизнесе	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Практические занятия – Разбор и анализ кейсов методик различных видов PR	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.18 Событийный PR	Содержание учебного материала: Специальные события: общая характеристика, специфика, общие правила и этапы организации. Конструирование новостей. Технология организации и проведения презентаций. Прием как деловое мероприятие. Организация и проведение выставки Практическая работа	4	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК8, ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1,
	Практические занятия	2	
	Разработка и создание концепции презентации на заданную тематику		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Дифференцированный зачет			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины Основы PR деятельности требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин и лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя.

Учебно-наглядные пособия: Комплекс учебно-наглядных, дидактических и методических пособий, демонстрационный материал и документация, стенды плакаты, художественные альбомы.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: переносной проектор, аудиокolonки.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Основные источники:

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html> (дата обращения: 05.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95335>

Дополнительные источники:

1. Осина, О. Н. Теория и практика рекламных коммуникаций : учебное пособие / О. Н. Осина, М. В. Найденова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 180 с. — ISBN 978-5-7433-3561-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131671.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/131671>

2. Пантелеева, Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий : учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023. — 154 с. — ISBN 978-5-6048971-5-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133470.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znaniyum.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologos> - энциклопедия практической психологии

6. <https://psychojournal.ru/> - научно-популярный психологический портал (информационный портал по психологии)
7. <https://vocabulary.ru/> - национальная энциклопедическая служба
8. <http://psychology.net.ru/talk/> - психологический форум сайта «Мир психологии».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</i>	<i>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</i>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • У1 осуществлять под контролем профессиональные функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных и коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; • У2 использовать полученные знания и навыки работы на практике в пресс-центрах, пресс-службах, PR-агентствах и СМИ; • У3 применять методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике; • У4 составлять и писать тексты PR-жанров. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении практических заданий и самостоятельных работ, устный опрос, тестирование, защита проектов, выполнение письменных заданий. Форма контроля – дифференцированный зачет</p>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 31 экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз»; • 32 особенности развития связей с общественностью в современной России; • 33 субъекты и объекты, цели и функции PR, классификацию и основные направления услуг в области связей с общественностью; • 34 функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях; • 35 главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и российские правовые нормы профессиональные стандарты в области связей с общественностью. 	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав. кафедрой
1	2	3
1	Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения в 2023 году	
2		
3		
4		