

Рубцовский индустриальный институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Декан ТФ

А.В. Сорокин

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: **Б1.В.ДВ.7.2 «PR-технологии»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.01**

Экономика

Направленность (профиль, специализация): **Финансы и кредит**

Статус дисциплины: **дисциплины (модули) по выбору**

Форма обучения: **заочная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	старший преподаватель	Е.В. Дирша
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиУ»	Д.В. Ремизов
	руководитель направленности (профиля) программы	Д.В. Ремизов

г. Рубцовск

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

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	Виды и формы, средства и методы делового общения	Пользоваться электронными ресурсами в процессе самоорганизации и самообразования	Умениями и навыками проведения деловых переговоров в системе онлайн
ПК-10	способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Методики и технологии средств обработки деловой коммуникации; способы взаимодействия со службами маркетинга	Эффективно использовать корпоративные информационные системы в профессионально-деловом общении	Навыками взаимодействия со службами маркетинга и средствами обработки деловой информации

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Деловой иностранный язык, Основы предпринимательства, Теория организации
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Методика обучения предпринимательству, Производственная практика (преддипломная практика)

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 4 / 144

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
заочная	8	0	12	124	25

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Форма обучения: заочная

Семестр: 7

Лекционные занятия (8ч.)

1. Терминология и статус службы "Организация службы "Паблик Рилейшнз {беседа} (2ч.)[1,2,3,4] "Связи с общественностью" - составная часть системы управления, важный элемент деловых отношений; Предмет и методы; Цели и задачи; Основные функции; Терминология; Основные направления; Сфера приложения знаний в "Паблик Рилейшнз"; Определения; История зарождения "Паблик Рилейшнз".

Особенности службы "Паблик Рилейшнз"; Выбор между постоянным наймом и консультационным агентством; Положительные и отрицательные аргументы при использовании консультационного агентства и собственной службы; Организация консультационного агентства и отдела связей с общественностью ("Паблик Рилейшнз").

2. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с "внутренней общественностью". Внутрифирменные отношения. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с внешней общественностью {беседа} (2ч.)[1,2,3,4] Определение общест

Выработка рекомендаций по подбору кадров, организация и корректировка вертикальных и горизонтальных коммуникаций внутри фирмы. Понятие - "внешняя общественность"; Определения; Цели; Задачи; Формы и методы воздействия на население, акционеров, поставщиков; Виды контактов с местными органами власти; Самоорганизация и самообразование в процессе взаимодействия с другими фирмами; Контакты с правительственными и неправительственными организациями.

3. Основы коммуникации в Паблик рилейшнз. Связи с общественностью" в конфликтных и предконфликтных ситуациях {беседа} (2ч.)[1,2,3,4] Понятие коммуникации. Основные модели коммуникаций. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций. Управление коммуникативными процессами. Информация в процессе коммуникаций. Понятие конфликтной ситуации, выявление конфликта, практические действия по нейтрализации конфликтной ситуации; Борьба со слухами; Действия службы "Паблик Рилейшнз" по предупреждению и предотвращению внутрифирменных и внешних конфликтов.

4. Отношения со средствами массовой информации. Формы подачи информационно - новостных материалов {беседа} (2ч.)[1,2,3,4] Этика отношений с прессой; Двусторонняя взаимовыгодная связь - основа отношений со средствами массовой информации; Ответственный за связь прессой; Предоставление новостей и информационных услуг; Организация информационного центра; Пресс-релизы; Использование для решения коммуникативных задач современных технических средств и информационных технологий в процессе подготовки информационных сообщений и пресс-релизов. Пресс-конференция. Конференция. Презентация. Пресс-тур. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Распространение слухов. Медиа-карта.

Практические занятия (12ч.)

1. Терминология и статус службы «Паблик Рилейшнз» {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]

Контрольный опрос и дискуссия по теме:

1. "Связи с общественностью" - составная часть системы управления, важный элемент деловых отношений

2. Предмет и методы

3. Цели и задачи

4. Основные функции
5. Терминология
6. Основные направления
7. Сфера приложения знаний в "Паблик Рилейшнз"
8. История зарождения "Паблик Рилейшнз".
- 2. Организация службы "Паблик Рилейшнз" {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]**
 Контрольный опрос и дискуссия по теме:
1. Особенности службы "Паблик Рилейшнз"
 2. Выбор между постоянным наймом и консультационным агентством;
 3. Положительные и отрицательные аргументы при использовании консультационного агентства и собственной службы
 4. Организация консультационного агентства и отдела связей с общественностью ("Паблик Рилейшнз")
- 3. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с "внутренней общественностью".
 Внутрифирменные отношения {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]** Контрольный опрос и дискуссия по теме:
1. Определение общественности в "Паблик Рилейшнз"
 2. Цели и задачи создания внутрифирменных коммуникаций
 3. Выработка рекомендаций по подбору кадров, организация и корректировка вертикальных и горизонтальных коммуникаций внутри фирмы
- 4. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с внешней общественностью {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]** Контрольный опрос и дискуссия по теме:
1. Понятие - "внешняя общественность" - определения; цели; задачи
 2. Формы и методы воздействия на население, акционеров, поставщиков
 3. Виды контактов с местными органами власти
 4. Взаимодействие с другими фирмами
 5. Контакты с правительственными и неправительственными организациями
- 5. Основы коммуникации в Паблик рилейшнз {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]**
 Контрольный опрос и дискуссия по теме:
1. Понятие коммуникации
 2. Основные модели коммуникаций
 3. Интегрированные социальные коммуникации
 4. Уровни интегрированных социальных коммуникаций
 5. Управление коммуникативными процессами
 6. Информация в процессе коммуникаций
- 6. Связи с общественностью" в конфликтных и предконфликтных ситуациях {беседа} (2ч.)[1,2,3,4]** Контрольный опрос и дискуссия по теме:

1. Понятие конфликтной ситуации
2. Выявление конфликта
3. Практические действия по нейтрализации конфликтной ситуации
4. Борьба со слухами
5. Действия службы "Паблик Рилейшнз" по предупреждению и предотвращению внутрифирменных и внешних конфликтов.

Самостоятельная работа (124ч.)

1. Изучение темы "Реклама в "Связях с общественностью". Организация специальных событий"(45ч.)[1,2,3,4] Реклама "престижа"; Разработка и изготовление фирменного стиля, логотипа; Финансовая реклама; Редакционные статьи; Организация Рекламы; Подготовка и проведение комплексных рекламных кампаний, рекламные щиты, вывески, реклама в транспорте. Политическая реклама.

Подготовка и проведение выставок и ярмарок. Подготовка презентаций и особенности их проведения. Правила подготовки конференций. Организация проведения дня открытых дверей. Назначение приемов и подготовка их проведения. Правила организации публичных выступлений.

2. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью(46ч.)[1,2,3,4] Образование специалиста в области "Связей с общественностью"; Этика межличностных отношений; Умение вести переговоры, переговоры по телефону, повседневное общение, планирование повседневной деятельности, личная организация труда, оценка результатов собственной деятельности.

3. Выполнение контрольной работы(20ч.)[1,2,3,4]

4. Защита контрольной работы(4ч.)[1]

5. Подготовка к экзамену(9ч.)[1,2,3,4]

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Ремизов Д.В. PR- технологии: учебное пособие для студентов

экономических направлений всех форм обучения/ Д.В. Ремизов; Рубцовский индустриальный институт. - Рубцовск: РИИ, 2019. - 52 с. URL: https://edu.rubinst.ru/resources/books/Remizov_D.V._pr_tekhnologii_2019.pdf (дата обращения 01.10.2021)

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 24.03.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

3. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. – Москва : Юнити, 2015. – 454 с. : схем., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546> (дата обращения: 05.04.2021). – ISBN 5-238-00603-9. – Текст : электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

4. <https://marketing.wikireading.ru/17133>

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Windows
2	LibreOffice
3	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
помещения для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «PR-технологии»

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

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию	Экзамен	Комплект контролирующих материалов для экзамена
ПК-10: способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Экзамен	Комплект контролирующих материалов для экзамена

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций представлены в разделе «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины «PR-технологии» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «PR-технологии» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент твёрдо знает программный материал, системно и грамотно излагает его, демонстрирует необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеет понятийным аппаратом.	75-100	<i>Отлично</i>
Студент проявил полное знание программного материала, демонстрирует сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускает непринципиальные неточности при	50-74	<i>Хорошо</i>

изложении ответа на вопросы.		
Студент обнаруживает знания только основного материала, но не усвоил детали, допускает ошибки, демонстрирует не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.	25-49	<i>Удовлетворительно</i>
Студент не усвоил основное содержание материала, не умеет систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирует низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.	<25	<i>Неудовлетворительно</i>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

№ пп	Вопрос/Задача	Проверяемые компетенции
1	<p>На основе способности к самоорганизации и самообразованию выбрать верные ответы. Мероприятие, организованное специалистами PR_службы совместно с руководством фирмы в целях представления фирмы, нового товара, новой продукции, демонстрации новых достижений, — это:</p> <p>а) презентация б) пресс_конференция в) бэкграундер.</p> <p>На основе способности к самоорганизации и самообразованию выбрать верные ответы. Целевая функция паблик рилейшнз направлена на установление взаимопонимания и доверия с потребителями, партнерами, инвесторами, властными структурами и получение коммерческого успеха. Это утверждение:</p> <p>а) верно б) неверно.</p> <p>На основе способности к самоорганизации и</p>	OK-7

	<p>самообразованию выбрать верные ответы. Организация эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями — это внутренняя задача PR_службы в коммерческой структуре. Это утверждение:</p> <p>а) верно</p> <p>б) неверно.</p>	
2	<p>На основе способности использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии выбрать верные ответы. Организация эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями — это внутренняя задача PR_службы в коммерческой структуре. Это утверждение:</p> <p>а) верно</p> <p>б) неверно.</p> <p>На основе способности использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии выбрать верные ответы.</p> <p>Рынок PR_услуг — это:</p> <p>а) усилия по выявлению неудовлетворенной потребности общества</p> <p>б) совокупные фирмы и компании, реализующие услуги в области управленческого консультирования, экономического консалтинга, креативной деятельности</p> <p>в) совокупные коммуникации, направленные на совершение обмена товара на деньги в режиме сервисного обслуживания клиентов</p> <p>г) сфера взаимодействия участников рыночного оборота в целях удовлетворения совокупных запросов и организации эффективных продаж.</p> <p>На основе способности использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии выбрать верные ответы.</p> <p>Установите правильную последовательность организационных этапов презентации:</p> <p>а) определение цели и приоритетов по привлечению клиентов и партнеров</p>	ПК-10

	<p>б) разработка программы презентации, включая ее сценарий</p> <p>в) установление сроков проведения, название ответственных исполнителей и ведущего</p> <p>г) разработка концепции презентации и бюджета ее проведения.</p>	
3	<p>Задачи (практические задания)</p> <p>На основе способности к самоорганизации и самообразованию создать PR-службу организации; выбрать вариант PR-структуры: отдел в фирме или корпорации, небольшое частное PR-агентство, крупная PR-компания и др.; описать функции и разработать оргструктуру.</p>	ОК-7
4	<p>Задачи (практические задания)</p> <p>На основе способности использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии выполнить задание:</p> <p>Ознакомившись с преимуществами и недостатками основных и вспомогательных СМИ, разработайте событийно-новостной ряд с целью получения оптимальных информационных выходов по следующим информационным поводам (для следующих событий):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возможное повышение цен на компьютерные комплектующие в связи с пожаром на одном из заводов в Малайзии. 2. Магазин предоставляет 10 %-е скидки каждый последний день месяца. 3. Открытие новой областной больницы (в ходе предвыборной кампании). 4. Выход на рынок телевизоров с качественно новыми характеристиками, основанными на новых технологиях. 5. Прохождение на следующей неделе в городе международного семинара по проблеме «отцы и дети». 6. Возвращение на родину из эмиграции всемирно известного писателя. 	ПК-10

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.