

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.04 Реклама и связи с общественностью

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль)

42.03.02 Журналистика

Форма обучения

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд. филол. наук, Доцент, М. Л. Подлубная

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины – знакомство студентов со спецификой рекламной и PR деятельности в СМИ, с основными понятиями и базовыми принципами.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- знакомство с основными понятиями в области рекламы и связей с общественностью;
- формирование представления о базовых принципах составления рекламных текстов, организации информационных кампаний.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-1.1: Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему.	Знать принципы выбора тематики и проблематики текста в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь создавать произведение в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в соответствии с определенной тематикой и проблематикой Владеть навыками анализа тематики и проблематики медиатекста
ПК-1.2: Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения.	Знать методику и правила профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь получать необходимую информацию для создания произведения в сфере рекламы и (или) связей с общественностью от героев, экспертов, свидетелей Владеть методами обработки информации, полученной от героев, экспертов, свидетелей
ПК-1.3: Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников.	Знать источники информации для произведений в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь получать и отбирать информацию из доступных документальных источников Владеть навыками работы с документальными источниками

ПК-1.4: Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения.	Знать правила проверки достоверности полученной информации, различия фактов и мнений Уметь проверять достоверность полученной информации, разделять в журналистском произведении факты и мнения Владеть навыками критического анализа информации
ПК-1.5: Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта.	Знать элементарные выразительные средства, используемые в произведениях рекламы и (или) связей с общественностью Уметь использовать элементарные выразительные средства в соответствии с жанром произведения, целевой аудиторией, тематикой текста Владеть навыками анализа системы элементарных выразительных средств произведения в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-1.6: Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы.	Знать профессиональные этические нормы Уметь соотносить свои действия с требованиями профессиональных этических норм Владеть навыками профессиональной коммуникации с учетом норм профессиональной этики
ПК-1.7: Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа.	Знать требования к оформлению и структуре произведения в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь создавать готовое к публикации произведение в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть навыками анализа структуры и композиции произведения в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-3: Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	
ПК-3.1: Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.	Знает примеры реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет отбирать и анализировать творческие решения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет навыками групповой дискуссии
ПК-3.2: Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики.	Знает этапы и задачи работы над проектом в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет определять и распределять задачи при работе над проектом в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет основными методиками производства произведений в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-3.3: Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.	Знает методы работы над медиакоммуникационным проектом Умеет выполнять операции, необходимые для реализации медиакоммуникационного проекта Владеет основными методиками производства произведений в сфере рекламы и связей с
	общественностью

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,94 (34)	
занятия лекционного типа	0,94 (34)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,06 (38)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Реклама											
		1. Реклама, связи с общественностью и маркетинговые коммуникации		2							
		2. Реклама и маркетинг		2							
		3. Реклама и способы продвижения		2							
		4. Принципы составления рекламного текста		4							
		5. Визуальные средства (фото-, видео) в рекламе		4							
		6. Самостоятельная контрольная работа							10		
2. Связи с общественностью											
		1. Связи с общественностью и «общественное мнение»		2							
		2. Направления связей с общественностью		2							
		3. Бренд, брендинг и их составные элементы		2							
		4. Взаимодействие со СМИ (Media relations)		2							
		5. Событийный маркетинг и спин-технологии		2							

6. PR в кризисных ситуациях.	2							
7. Брендинг территорий	2							
8. Самостоятельная контрольная работа							10	
3. Организация информационных кампаний								
1. Роль анализа и прогноза в организации связей с общественностью и рекламы	2							
2. Планирование и организация кампаний по продвижению СМИ.	4							
3. Самостоятельная контрольная работа							10	
4. Подготовка аттестационного задания / подготовка к устному зачету							8	
Всего	34						38	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учебное пособие(Москва: Аспект-Пресс).
2. Мудров А. Н. Основы рекламы: учебник для студентов вузов по специальности "Реклама"(Москва: Магистр).
3. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. Основы рекламы: учебник для вузов по специальности "Реклама"(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. ОС Windows
2. MS Office,

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. В обучении используется электронная справочная система научной библиотеки СФУ: <http://bik.sfu-kras.ru/>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для проведения лекционных занятий используются аудитории, оснащенные демонстрационным оборудованием.