


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №10 от «20» июня 2020 г.

И.о.завкафедрой  /Мустафина Р.Д.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета башкирской  
филологии, востоковедения и  
журналистики

 / Гареева Г.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина Планирование и реализация PR-кампаний


часть, формируемая участниками образовательных отношений

**программа магистратуры**

Направление подготовки  
42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки  
Производство продукции сетевых изданий и информационных агентств

Квалификация  
магистр

Разработчик (составитель) ассистент Сайтбатталова Ю. А.	 / Сайтбатталова Ю. А.
--	---

Для приема: 2020 г.

Уфа 2020 г.

Составитель: ассистент Саитбатталова Ю. А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики,  
протокол от «20» июня 2020 г. № 10

И.о.зав. кафедрой /

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mustafina', written over a horizontal line.

Мустафина Р.Д.

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	5
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине	6
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	10
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	11
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	13

**1. 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<b>Категория (группа) компетенций</b>	<b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине</b>
1. Профессиональные компетенции	ПК-11: Способен аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	ИУК-3.1. Знает: методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	Знать методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.
		ИУК-3.2. Умеет: разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования.	Уметь разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования.
		ИУК-3.3. Владеет: навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.	Владеть навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Планирование и реализация PR-кампаний» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре на ДФО и на 2 курсе в 3 семестре на ЗФО.

Целью изучения дисциплины является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью. Задачи курса: изучить виды и способы взаимодействия СМИ и предприятий социально-культурной сферы; изучить специфику и особенности функционирования системы управления агентством рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью организации.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения дисциплин «Основы теории коммуникации», «Современные отечественные и зарубежные СМИ», «Интернет-журналистика», «Медиалогия».

## 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

## 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

### 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

ПК-11. Способен аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
	2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ИПК-11.1. Знает: методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	Не знает методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	Слабо знает методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	Хорошо знает методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	В полной мере знает методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации

ИПК-11.2. Умеет: разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектиров ания и медиамоделирова ния	Не умеет разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирован ия и медиамоделировани я	Слабо умеет разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирова ния и медиамоделирован ия	Хорошо умеет разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектиров ания и медиамоделирова ния	В полной мере умеет разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектиров ания и медиамоделирова ния
ИПК-11.3. Владеет: навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальным и материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрически ми показателями	Не владеет навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Слабо владеет навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрически ми показателями	Хорошо владеет Навыками подготовки медиаконтент а в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальным и материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрически ми показателями	В полной мере владеет навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрически ми показателями

В магистратуре критериями оценивания является сформированность знаний, умений и владений в рамках соответствующих компетенций.

Шкала оценивания для зачёта:

зачтено – знания, умения и владения сформированы в целом,

не зачтено – знания, умения и владения не сформированы.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ИПК-11.1. Знает: методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации. ИПК-11.2. Умеет: разрабатывать	Знать методы сбора, селекции и основные принципы работы с источниками информации.	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание
	Уметь разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования.	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание

<p>аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования. ИПК-11.3. Владеет: навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями</p>	<p>Владеть навыками подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями</p>	<p>Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание</p>
---	--	--

### 4.3. Рейтинг-план дисциплины

В магистратуре модульно-рейтинговая система не применяется, рейтинг-план не составляется.

#### Устный опрос

Устный опрос проводится после изучения новой темы с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения информации, поддержания внимания слушающей аудитории, организации коллективной мыслительной деятельности.

Критерии и методика оценивания по очной форме обучения:

- «отлично» выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой;
- «хорошо» выставляется студенту, допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;
- «удовлетворительно» выставляется студенту, нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии.

Примерные вопросы для индивидуальных опросов:

1. Что такое PR?
2. Каковы общие черты и отличия PR и рекламы?
3. Как электронные и печатные СМИ связаны с PR?
4. Почему возникает необходимость проводить пиар-кампании для разных СМИ?
5. В чем главные функции PR-менеджера?
6. В чем специфика спецвыпусков электронных сетевых СМИ, участвующих в пиар-кампании?

#### Темы для докладов

1. Роль и значение PR-кампании и структуре PR.
2. Организация PR-деятельности компании.
3. Место и роль PR-подразделения в структуре организации.
4. Профессия «PR-менеджер».

5. Роль СМИ в рекламной и PR-деятельности.
6. Аутсорсинг в PR: перспективы развития.
7. Рынок рекламных услуг России (Башкортостана).
8. Особенности профессиональной подготовки специалистов в США, Европе и России.
9. Общественное мнение как объект коммуникации.
10. Сбор, анализ и обработка управленческой информации

Критерии оценивания доклада:

- «удовлетворительно» выставляется студенту, если работа выполнена, но в ней не были освещены все аспекты темы и задания, есть крупные методологические и логические недочеты;
- «хорошо» выставляется студенту, если работа выполнена, но без полноценного методологического обоснования и без необходимого числа примеров из текста;
- «отлично» выставляется студенту, если работа выполнена на высоком научном уровне.

### **Практическое задание**

Описание практического задания:

1. Найти и описать пиар-кампании, в которых участвовали региональные и федеральные СМИ.
2. Придумать пиар-кампанию и разработать план привлечения электронных СМИ.
3. Найти любую актуальную пиар-кампанию и составить план действий PR-менеджера.
4. Подготовить журналистский материал для публикации с учетом специфики технологии проведения пиар-кампании.
5. Подготовить несколько пиар-кампаний одного продукта или объекта для размещения в СМИ разной направленности.

Критерии оценивания работы:

- «удовлетворительно» выставляется студенту, если работа выполнена, но в ней не были освещены все аспекты темы и задания, есть крупные методологические и логические недочеты;
- «хорошо» выставляется студенту, если работа выполнена, но без полноценного методологического обоснования и без необходимого числа примеров из текста;
- «отлично» выставляется студенту, если работа выполнена на высоком научном уровне.

### **Экзаменационные билеты**

Структура экзаменационного билета:

экзаменационный билет включает в себя два вопроса.

Образец экзаменационного билета

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**ФГБОУ ВО БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ**  
Кафедра журналистики

Дисциплина: Планирование и реализация PR-кампаний

Направление подготовки: 42.04.02. Журналистика

Направленность (профиль подготовки): Производство продукции сетевых изданий и информационных агентств

2 курс



## Экзаменационный билет № 1

1. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании.
2. СМИ и связи с общественностью.

И. о. зав. кафедрой журналистики

к.ф.н., доц. Р. Д. Мустафина

---

### Примерный перечень вопросов для экзамена:

1. Место и роль PR-кампаний в структуре PR.
2. Сущность, содержание, цели и задачи кампании в сфере связей с общественностью.
3. Основные этапы подготовки PR-кампании.
4. Основные этапы проведения PR-кампании.
5. Опрос общественного мнения, его роль в структуре PR.
6. Особенности экономической PR-кампании.
7. Особенности политической PR-кампании.
8. Механизмы выбора СМИ для проведения PR-кампании.
9. Методы работы со СМИ в рамках PR-кампании.
10. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.
11. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании.
12. Целевая аудитория в PR-кампании.
13. Этапы подготовки и участия в выставке/ярмарке.
14. Определение проблемы.
15. Оценка эффективности PR-кампании.
16. Основные этапы подготовки кампаний в сфере связей с общественностью.
17. Виды избирательных стратегий.
18. Виды источников информации и методы ее сбора.
19. Способы проведения исследования СМИ.
20. Специальные события при организации и проведении кампаний в области связей с общественностью.
21. Заключительный этап проведения кампании в сфере связей с общественностью. Сходства и различия рекламных кампаний от кампаний в сфере связей с общественностью.
22. Группы PR-средств, использующиеся в кампаниях в сфере связей с общественностью.
23. Основные задачи кампании в области связей с общественностью в различных сферах общественной жизни.
24. Методы сбора и анализ информации при подготовке пиар-кампании.

#### Критерии и методика оценивания:

- «отлично» выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;
- «хорошо» выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;
- «удовлетворительно» выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы

студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

– «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. Ворошилов В. В. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление» / В. В. Ворошилов; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. – Москва: КноРус, 2009. – 221 с.;
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А. Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 329 с.: 60x88 1/16. – (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004922-9, 100 экз.  
<http://znanium.com/bookread.php?book=254819>

#### Дополнительная литература:

3. Аржанов Н. П. История отечественной рекламы (Галерея рекламной классики) / Н. П. Аржанов, Т. А. Пирогова; под ред. Е. В. Ромата. – Харьков: Студцентр, 2004.
4. Брум Г. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учебное пособие / Г. М. Брум, С. М. Катлип, А. Х. Сентер. М.: Вильямс, 2008.
5. Ванова А. Маркетинг и реклама: два в одном: Учебное пособие / А. Ванова. – М.: Изд-во РУДН, 2002.
6. Векслер А. PR для российского бизнеса / А. Векслер. М.: Вершина, 2006.

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнения заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ.

Пользователям библиотеки БашГУ предоставляется возможность использования следующих электронных информационных ресурсов:

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
<b>Учебные ресурсы</b>					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	<a href="https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn">https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn</a>
2.	Электронно-библиотечная система	Полнотекстовая БД учебных и научных	Авторизованный доступ по паролю	Регистрация из сети БашГУ,	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>

	«Университетская библиотека online»	электронных изданий	из любой точки сети Интернет	дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>
<b>Российские научные ресурсы</b>					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической системе Science Index	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http://online.ebiblioteka.ru/</a>
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http://online.ebiblioteka.ru/</a>
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.polpred.com/">http://www.polpred.com/</a>
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>
<b>Зарубежные научные ресурсы</b>					

9.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a>
10.	Taylor and Francis	Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.tandfonline.com/">http://www.tandfonline.com/</a>

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Наименование оборудования, программного обеспечения</b>
--	--------------------	--

<p><b>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус).</p> <p><b>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус), аудитория № 415, (главный корпус)</p> <p><b>3. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> Лаборатория ИТ № 312 (главный корпус)</p> <p><b>4. Помещения для самостоятельной работы:</b> Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>Лекция</p> <p>Практическое занятие</p> <p>Промежуточная аттестация</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Аудитория № 414.</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW – 1 шт., проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W- 6 шт.</p> <p><b>Аудитория № 425</b> Учебная мебель, доска, кафедра, мобильный переносной проектор PJD5226 – 1 шт., экран на штативе 224*183 – 1 шт.</p> <p><b>Лаборатория компьютерной филологии №412</b> Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVD-RW/ATX450W/2 – 1 шт.</p> <p><b>Аудитория № 415.</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, экран настенный Classic Solution – 1 шт. модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U – 1 шт.</p> <p><b>Лаборатория ИТ № 312</b> Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров, системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro</p> <p><b>Читальный зал № 1</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1шт. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензия бессрочная. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензия бессрочная.</p>
--	---	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Планирование и реализация PR-кампаний» на 3 семестр

очная

(форма обучения)

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	19,2
лекций	6
практических/ семинарских	12
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	52,8
Учебных часов на подготовку к зачету (Контроль)	36

Форма контроля: экзамен, 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т. п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Сущность рекламной и PR-кампании. Предмет организации кампании в сфере СМИ. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Определение понятий.	2	4	–	17,6	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание
2.	Место и роль специалистов по рекламе и связям с общественностью в организации. Их задачи и функциональные обязанности при подготовке и проведении пиар компаний.	2	4	–	17,6	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание
3.	Процесс организации работы редакции журналистских изданий при подготовке и проведении пиар-	2	4	–	17,6	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание



	кампаний. Виды участия СМИ в пиар- кампании.							
	<b>Всего часов:</b>	6	12	–	52,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Планирование и реализация PR-кампаний» на 3 семестр  
заочная  
(форма обучения)

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	19,2
лекций	8
практических/ семинарских	10
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	81
Учебных часов на подготовку к зачету (Контроль)	7,8

Форма контроля: экзамен, 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т. п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Сущность рекламной и PR-кампании. Предмет организации кампании в сфере СМИ. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Определение понятий.	3	3	–	27	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание
2.	Место и роль специалистов по рекламе и связям с общественностью в организации. Их задачи и функциональные обязанности при подготовке и проведении пиар-кампаний.	3	3	–	27	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание
3.	Процесс организации работы редакции журналистских изданий при подготовке и проведении пиар-	2	4	–	27	1 – 6	Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы, интернет-источников	Устный опрос, доклад, реферат, практическое задание

	кампаний. Виды участия СМИ в пиар-кампании.							
	<b>Всего часов:</b>	8	10	–	81			

