


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 10 от «16» июня 2018 г.
Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии и
социологии



/Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

дисциплина PR-технологии в работе с молодежью

(наименование дисциплины)

дисциплина по выбору

(Цикл дисциплины и его часть (базовая, вариативная, дисциплина по выбору))

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)

39.03.03 – Организация работы с молодежью

(указывается код и наименование направления подготовки (специальности))

Направленность (профиль) подготовки

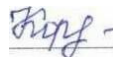
Социальные проекты и технологии работы с молодежью

(указывается наименование направленности (профиля) подготовки)

Квалификация

бакалавр

(указывается квалификация)

Разработчик (составитель)	 /Коровкина Н.В.
старший преподаватель (должность, ученая степень, ученое звание)	(подпись, Фамилия И.О.)

Для приема: 2018 г.

Уфа 2018 г.

Составитель / составители: Коровкина Н.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «16» июня 2018 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлены программное обеспечение и базы данных, протокол № 8 от «22» апреля 2019 г.

Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине.....	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	11
4.3. Рейтинг-план дисциплины	13
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	24
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	25
Приложение №1.....	26
Приложение №2.....	36

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (с ориентацией на карты компетенций)

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

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
знания	технологии постановки проблемы в сфере PR	владением навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме (ПК-11)	
	PR-технологии для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	владением навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики (ПК-12)	
	методы сбора социальной информации	способностью применять статистические и социологические методы сбора социальной информации (ПК-13)	
умения	разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	владением навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме (ПК-11)	
	применять инструменты PR для организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики	владением навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики (ПК-12)	
	применять методы сбора социальной информации в сфере PR	способностью применять статистические и социологические методы сбора социальной информации (ПК-13)	
владения (навыки/опыт деятельности)	навыки постановки коммуникативной проблемы в сфере PR	владением навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме (ПК-11)	
	навыки подготовки и написания PR-материалов	владением навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики (ПК-12)	

	навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	способностью применять статистические и социологические методы сбора социальной информации (ПК-13)	
--	---	--	--

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «PR-технологии в работе с молодежью» относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.1ДВ.05.02).

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре очной формы обучения.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре заочной формы обучения.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: социология и психология массовой коммуникации, связи с общественностью и социальная реклама.

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 с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: **ПК-11** – владением навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: технологии постановки проблемы в сфере PR	Не сформированы знания и представления о технологиях постановки проблемы в сфере PR	Сформированы фрагментарные знания и представления о технологиях постановки проблемы в сфере PR	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях о технологиях постановки проблемы в сфере PR	Сформированы комплексные и систематические знания и представления о технологиях постановки проблемы в сфере PR
Второй этап (уровень)	Уметь: разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	Не сформированы умения разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	Сформированы начальные умения разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	Сформированы на высоком уровне умения разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками постановки коммуникативной проблемы	Отсутствуют навыки постановки коммуникативной проблемы	Сформированы простейшие навыки постановки коммуникативной проблемы	Сформированы на базовом уровне навыки постановки коммуникативной проблемы	Сформированы на высоком уровне навыки постановки коммуникативной проблемы

	в сфере PR	вной проблемы в сфере PR	постановки коммуникативной проблемы в сфере PR	навыки постановки коммуникативной проблемы в сфере PR	навыки постановки коммуникативной проблемы в сфере PR
--	------------	--------------------------	--	---	---

Код и формулировка компетенции: **ПК-12** – владением навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: PR-технологии для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	Не сформированы знания и представления о PR-технологиях для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	Сформированы фрагментарные знания и представления о PR-технологиях для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях о PR-технологиях для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	Сформированы комплексные и систематические знания и представления о PR-технологиях для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации
Второй этап (уровень)	Уметь: применять инструменты PR для организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики	Не сформированы умения применять инструменты PR для информационного обеспечения решения задач	Сформированы начальные умения применять инструменты PR для организации информационного обеспечения решения	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях применять инструменты PR для организации информационного обеспечения	Сформированы на высоком уровне умения применять инструменты PR для организации информационного обеспечения

		молодежной политики	задач молодежной политики	обеспечения решения задач молодежной политики	решения задач молодежной политики
Третий этап (уровень)	Владеть: навыки подготовки и написания PR-материалов	Отсутствуют навыки подготовки и написания PR-материалов и обеспечения публицити	Сформированы простейшие навыки подготовки и написания PR-материалов и обеспечения публицити	Сформированы на базовом уровне навыки подготовки и написания PR-материалов и обеспечения публицити	Сформированы на высоком уровне навыки подготовки и написания PR-материалов и обеспечения публицити

Код и формулировка компетенции: **ПК-13** – способностью применять статистические и социологические методы сбора социальной информации

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: методы сбора социальной информации	Не сформированы знания и представления о методах сбора социальной информации	Сформированы фрагментарные знания и представления о методах сбора социальной информации	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях о методах сбора социальной информации	Сформированы комплексные и систематические знания и представления о методах сбора социальной информации
Второй этап (уровень)	Уметь: применять методы сбора социальной информации в сфере PR	Не сформированы умения применять методы сбора социальной информации	Сформированы начальные умения применять методы сбора социальной информации	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях применять	Сформированы на высоком уровне умения применять методы сбора

		в сфере PR	информации в сфере PR	методы сбора социальной информации в сфере PR	социальной информации в сфере PR
Третий этап (уровень)	Владеть: навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	Отсутствуют навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	Сформированы простейшие навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	Сформированы на базовом уровне навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	Сформированы на высоком уровне навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкала оценивания:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

Критериями оценивания для заочной формы обучения являются оценки, которые выставляются преподавателем за ответы студентов на практических занятиях и за выполнение различных видов работ. Полученные студентом в период сессии оценки учитываются при выставлении экзаменационной оценки.

Шкала оценивания ответов на занятиях и экзаменах:

5 – **«отлично»** – выставляется студенту за самостоятельный, развернутый, аргументированный ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументированно отвечать на дополнительные вопросы;

4 – **«хорошо»** – выставляется студенту, если ответ удовлетворяет в основном требованиям к ответу на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в освещении основного содержания вопросов допущены пробелы или некоторые недочеты; при ответе недостаточно полно развернута аргументация; ответ на дополнительные вопросы был недостаточно аргументирован;

3 – **«удовлетворительно»** – выставляется студенту, если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но продемонстрировано общее понимание вопросов; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию применительно к решению прикладных задач;

2 – **«не удовлетворительно»** – выставляется студенту, если не раскрыто основное содержание экзаменационных вопросов; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для очной формы

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать: технологии постановки проблемы в сфере PR	ПК-11	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, устная защита глоссария, собеседование, тест
	2. Знать: PR-технологии для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	ПК-12	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, устная защита глоссария, собеседование, тест
	3. Знать: методы сбора социальной информации	ПК-13	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, устная защита глоссария, собеседование, тест
2-й этап Умения	1. Уметь: разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	ПК-11	устный опрос, практическое задание, собеседование
	2. Уметь: применять методы PR для организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики	ПК-12	устный опрос, практическое задание, собеседование
	3. Уметь: применять методы сбора социальной информации в сфере PR	ПК-13	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, собеседование
3-й этап Владеть навыками	1. Владеть: навыки постановки коммуникативной проблемы в сфере PR	ПК-11	практическое задание

	2. Владеть: навыки подготовки и написания PR-материалов	ПК-12	практическое задание
	3. Владеть: навыки применения статистических и социологических методов сбора социальной информации для осуществления оценки эффективности PR-мероприятий	ПК-13	практическое задание

Для заочной формы

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать: технологии постановки проблемы в сфере PR	ПК-11	устный опрос, практическое задание
	2. Знать: PR-технологии для информационного обеспечения внутренней и внешней среды организации	ПК-12	устный опрос, практическое задание
	3. Знать: методы сбора социальной информации	ПК-13	устный опрос, практическое задание
2-й этап Умения	1. Уметь: разрабатывать и представлять в виде документов направления работы в сфере PR	ПК-11	устный опрос, практическое задание
	2. Уметь: применять методы PR для организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики	ПК-12	устный опрос, практическое задание
	3. Уметь: применять методы сбора социальной информации в сфере PR	ПК-13	устный опрос, практическое задание
3-й этап Владеть навыками	1. Владеть: навыки постановки коммуникативной проблемы в сфере PR	ПК-11	практическое задание
	2. Владеть: навыки подготовки и написания PR-материалов	ПК-12	практическое задание
	3. Владеть: навыки применения статистических и социологических методов	ПК-13	практическое задание

	сбора информации осуществления эффективности мероприятий	социальной для оценки PR-		
--	--	------------------------------------	--	--

4.3 Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

экзаменационный билет содержит три вопроса, два из которых являются теоретическими, один – практическое задание.

Экзаменационные вопросы:

1. Понятие, сущность и виды PR-технологий.
2. Специфика применения PR-технологий в молодежной среде.
3. Общая характеристика PR-кампаний.
4. Постановка коммуникативной проблемы. Методы исследования и постановки проблемы.
5. Планирование и реализация PR-кампаний.
6. Оценка эффективности PR-кампаний.
7. Использование стереотипов в PR.
8. Архетипы: сущность и виды. Возможности применения архетипов в PR.
9. Мифодизайн как технология PR.
10. Символика в PR.
11. Применение НЛП в PR.
12. Приемы внушения и убеждения в PR.
13. Психологические основы воздействия звуков на человека. Восприятие звука и музыки.
14. Цветовая символика и психодиагностика. Тест Люшера.
15. Использование музыки в PR. Аудиобрендинг: понятие, критерии, этапы. Музыка в PR-мероприятиях и PR-кампаниях.
16. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. Роль цвета в построении бренда.
17. Коммуникационный аудит.
18. Управление информацией и приемы конструирования новостей. Понятие и способы усиления информационного повода.
19. Слухи: понятие и виды. Основные свойства слухов, условия живучести. Циркуляция слухов.
20. Управление слухами. Слухи как PR-инструмент.
21. Профессия спин-доктора. Приемы спин-докторинга.
22. Технологии лоббирования.
23. PR в кризисных ситуациях.
24. Основные принципы работы со СМИ.
25. Понятие, виды и функции PR-текстов.
26. Пресс-релиз: функции, виды, структура, правила написания.
27. Основные виды PR-текстов: бэкграундер, биографическая справка, факт-лист, медиа-кит.
28. Виды статей в PR: имиджевая, байлайнер, обзорная, занимательная, кейс-стори. Заявление для СМИ.
29. Буклет, листовка и брошюра как разновидность PR-материалов.
30. Внутренние PR-материалы: медиа-карта, медиа-план, пресс-дайджест.
31. Написание текстов речей и выступлений. Основные правила публичного выступления.
32. Коммуникативные законы.
33. Общие принципы коммуникации и максимы делового общения.
34. Корпоративный event.
35. Специальные мероприятия для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, круглый стол и др.

36. Организация и проведение дня открытых дверей, выставок, ярмарок и других специальных мероприятий.
37. Благотворительность и спонсорство как технологии PR.
38. Фандрайзинг: понятие, виды, источники и технологии.
39. Подготовка спонсорского пакета.
40. Возможности PR-деятельности в Интернете. Современные маркетинговые технологии в Интернете.
41. Веб-сайт как инструмент PR.
42. Использование блогов в качестве инструмента PR.
43. Социальные сети: понятие, структура. Социальные сети как инструмент PR.
44. Внутрикorporативный PR. Понятие, основные атрибуты и уровни корпоративной культуры.
45. Виды корпоративной культуры и их характеристика.
46. Роль корпоративной культуры во внутрикorporативном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.

Образец экзаменационного билета:

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии
Кафедра социологии и работы с молодежью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1
по дисциплине «PR-технологии в работе с молодежью»
Направление – 39.03.03 – Организация работы с молодежью
Профиль Социальные проекты и технологии работы с молодежью

1. Понятие, сущность и виды PR-технологий.
2. Роль корпоративной культуры во внутрикorporативном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.
3. Предложите 7-10 информационных поводов для БашГУ.

Утверждено на заседании кафедры _____, протокол _____

Заведующий кафедрой _____ Шайхисламов Р.Б.
(подпись) (Ф.И.О)

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** 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;

- **17-24 баллов** 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;

- **10-16 баллов** 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;

- **1-10 баллов** 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.

Критериями оценивания для заочной формы обучения являются оценки, которые выставляются преподавателем за ответы студентов на практических занятиях и за выполнение различных видов работ. Полученные студентом в период сессии оценки учитываются при выставлении экзаменационной оценки.

Шкала оценивания ответов на экзаменах для заочной формы обучения:

5 – **«отлично»** – выставляется студенту за самостоятельный, развернутый, аргументированный ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументированно отвечать на дополнительные вопросы;

4 – **«хорошо»** – выставляется студенту, если ответ удовлетворяет в основном требованиям к ответу на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в освещении основного содержания вопросов допущены пробелы или некоторые недочеты; при ответе недостаточно полно развернута аргументация; ответ на дополнительные вопросы был недостаточно аргументирован;

3 – **«удовлетворительно»** – выставляется студенту, если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но продемонстрировано общее понимание вопросов; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию применительно к решению прикладных задач;

2 – **«не удовлетворительно»** – выставляется студенту, если не раскрыто основное содержание экзаменационных вопросов; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

Перечень вопросов для устного опроса

Устный опрос – форма текущего контроля знаний, заключающаяся в монологическом ответе учащегося на заранее поставленный вопрос по определенной теме и предполагающая полное его раскрытие, логичность и последовательность изложения.

Тема 1. Коммуникативные технологии в PR-кампаниях

Понятие, сущность и виды PR-технологий.

Специфика применения PR-технологий в молодежной среде.

Общая характеристика PR-кампаний.

Постановка коммуникативной проблемы. Методы исследования и постановки проблемы.

Планирование и реализация PR-кампаний.

Оценка эффективности PR-кампаний.

Тема 2. Использование психологических приемов и техник в PR

Использование стереотипов в PR.

Архетипы: сущность и виды. Возможности применения архетипов в PR. Мифодизайн.

Символика в PR.

Применение НЛП в PR.

Приемы внушения и убеждения в PR.

Тема 3. Использование музыки и цвета в связях с общественностью

Психологические основы воздействия звуков на человека. Восприятие звука и музыки.

Цветовая символика и психодиагностика. Тест Люшера.

Использование музыки в рекламе и PR. Аудиобрендинг: понятие, критерии, этапы. Музыка в PR-мероприятиях и PR-кампаниях.

Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. Роль цвета в построении бренда.

Тема 4. Информационный и коммуникационный менеджмент

Коммуникационный аудит.

Управление информацией и приемы конструирования новостей. Понятие и способы усиления информационного повода.

Слухи: понятие и виды. Основные свойства слухов, условия живучести.

Циркуляция слухов. Управление слухами. Слухи как PR-инструмент.

Профессия спин-доктора. Приемы спин-докторинга.

Технологии лоббирования.

Тема 5. PR в кризисных ситуациях.

Медиарилейшнз. Подготовка и написание PR-текстов

Основные принципы работы со СМИ.

Понятие и виды PR-текстов.

Пресс-релиз. Бэкграундер. Биографическая справка. Факт-лист. Медиа-кит. Статья: имиджевая, байлайнер, обзорная, занимательная, кейс-стори. Заявление для СМИ.

Буклет, листовка, брошюра.

Медиа-карта. Медиа-план. Медиапланирование. Пресс-дайджест.

Написание текстов речей и выступлений. Основные правила публичного выступления. Законы и принципы коммуникации.

Тема 6. Event как технология PR

Корпоративный event.

Специальные мероприятия для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, круглый стол и др.

Организация и проведение дня открытых дверей, выставок, ярмарок и других специальных мероприятий.

Тема 7. Спонсорство, благотворительность и фандрайзинг

Благотворительность и спонсорство как технологии PR.

Фандрайзинг.

Подготовка спонсорского пакета.

Тема 8. PR-технологии в сети Интернет

Возможности PR-деятельности в Интернете. Современные маркетинговые технологии в Интернете.

Веб-сайт как инструмент PR.

Использование блогов в качестве инструмента PR.

Социальные сети: понятие, структура. Социальные сети как инструмент PR.

Тема 9. Внутрикorporативный PR Корпоративная культура

Внутрикorporативный PR. Понятие, основные атрибуты и уровни корпоративной культуры.

Виды корпоративной культуры и их характеристика.

Роль корпоративной культуры во внутрикorporативном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
выставляется, если дан полный, развернутый, последовательный ответ на вопрос	1
выставляется, если дан неполный, неаргументированный ответ на вопрос	0

Для заочной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Оценка</i>
выставляется, если дан полный, развернутый, последовательный ответ на вопрос	5
выставляется, если дан полный и последовательный, с некоторыми пробелами, ответ на вопрос	4
выставляется студенту, если ответ на вопрос носил фрагментарный характер, допущены ошибки в содержании ответа, нарушена логика изложения,	3
выставляется студенту, если ответ на вопрос продемонстрировал непонимание сущности вопроса, допущены грубые ошибки в содержании ответа	2

Практическое задание

Практическое задание – форма учебной деятельности, позволяющая сформировать и проверить не только знания, но и умения, и навыки, связанные с воспроизведением конкретных ситуаций.

Пример практического задания:

Используя формулу RACE, разработайте основные аспекты PR-кампании для БашГУ.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
цель выполнения задания достигнута; продемонстрирован правильный ответ (решение); работа выполнена в полном объеме	1

цель выполнения задания не достигнута, в ответе (решении) имеются ошибки; работа выполнена не в полном объеме	0
---	---

Для заочной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Оценка</i>
цель выполнения задания успешно достигнута; продемонстрирован эталонный ответ (решение); работа выполнена в полном объеме	5
цель выполнения задания практически достигнута; продемонстрирован правильный ответ (решение), с некоторыми замечаниями; работа выполнена не в полном объеме	4
цель выполнения задания достигнута частично; продемонстрирован ответ (решение) с ошибками; работа выполнена частично	3
цель выполнения задания не достигнута; в ответе (решении) имеются существенные ошибки; большинство заданий не выполнены	2

Составление глоссария

Составление глоссария – форма учебной деятельности, в ходе которой обучающийся самостоятельно отбирает основные категории по каждой из изученных тем и в письменном виде фиксирует их определение. Для успешного выполнения данного вида работы обучающийся должен выбрать наиболее корректное определение термина в соответствии с контекстом и отраслью знания, а также максимально раскрыть тему на понятийном уровне.

Пример составления глоссария (для темы б):

Event (специальные мероприятия) – направление в PR, заключающееся в подготовке и проведении специальных событий как вида коммуникативной технологии, направленной на формирование благоприятного имиджа и установление позитивных отношений с целевой аудиторией.

Пресс-конференция – специальное мероприятие, адресованное представителям СМИ для презентации новых проектов и предоставления значимой информации и проводимое в формате «вопрос – ответ».

Брифинг – ограниченная по времени встреча официальных лиц с представителями СМИ для освещения позиции по определенному вопросу.

Пресс-тур – это PR-мероприятие, предназначенное для журналистов и продолжительное по времени, предполагающее выезд на объект с целью наиболее полного знакомства с продуктом для получения положительного паблисити.

Круглый стол – это разновидность специального мероприятия, предоставляющего его участникам возможность для свободного обсуждения проблемы.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
зафиксированы основные термины, выбраны наиболее корректные и полно отражающие сущность категории определения	3
зафиксированы все термины, имеются неточности в определении сущности некоторых категорий	2

зафиксированы не все основные термины, имеются ошибки в определении сущности основных категорий	1
---	---

Устная защита глоссария

Устная защита глоссария – форма устного контроля, в ходе которого обучающийся должен сформулировать определение предложенных терминов.

Перечень терминов определяется индивидуально с каждым студентом по результатам выполнения задания «составление глоссария».

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
даны определения всех терминов, сущность категорий определена полно и корректно	4
даны определения всех терминов, сущность категорий определена полно и корректно, с некоторыми замечаниями	3
даны определения не всех терминов, сущность некоторых категорий определена не полностью и не корректно	2
даны определения не всех терминов, сущность большинства категорий определена не полно и не корректно	1

Собеседование

Собеседование – беседа преподавателя с обучающимся в индивидуальной форме по вопросам изученных в модуле тем, направленная на выявление степени их освоения.

Примеры вопросов для собеседования:

1. Понятие и сущность PR.
2. Понятие, сущность и виды PR-технологий.
3. Специфика применения PR-технологий в молодежной среде.
4. Общая характеристика PR-кампаний.
5. Постановка коммуникативной проблемы. Методы исследования и постановки проблемы.
6. Планирование и реализация PR-кампаний.
7. Оценка эффективности PR-кампаний.
- 8. Тема 2. Использование психологических приемов и техник в PR**
9. Использование стереотипов в PR.
10. Архетипы: сущность и виды. Возможности применения архетипов в PR. Мифодизайн.
11. Символика в PR.
12. Применение НЛП в PR.
13. Приемы внушения и убеждения в PR.
14. Психологические основы воздействия звуков на человека. Восприятие звука и музыки.
15. Цветовая символика и психодиагностика. Тест Люшера.
16. Использование музыки в рекламе и PR. Аудиобрендинг: понятие, критерии, этапы. Музыка в PR-мероприятиях и PR-кампаниях.

17. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. Роль цвета в построении бренда.
18. Коммуникационный аудит.
19. Управление информацией и приемы конструирования новостей. Понятие и способы усиления информационного повода.
20. Слухи: понятие и виды. Основные свойства слухов, условия живучести.
21. Циркуляция слухов. Управление слухами. Слухи как PR-инструмент.
22. Профессия спин-доктора. Приемы спин-докторинга.
23. Технологии лоббирования.
24. Медиарилейшнз. Подготовка и написание PR-текстов
25. Основные принципы работы со СМИ.
26. Понятие, функции и виды PR-текста.
27. PR-тексты для внутреннего использования.
28. PR-тексты для внешней аудитории.
29. Пресс-релиз: правила написания и распространения.
30. Бэкграундер. Биографическая справка. Факт-лист. Медиа-кит. Статья: имиджевая, байлайнер, обзорная, занимательная, кейс-стори. Заявление для СМИ.
31. Буклет, листовка, брошюра.
32. Медиа-карта. Медиа-план. Медиапланирование. Пресс-дайджест.
33. Написание текстов речей и выступлений. Основные правила публичного выступления. Законы и принципы коммуникации.
34. Корпоративный event.
35. Специальные мероприятия для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, круглый стол и др.
36. Организация и проведение дня открытых дверей, выставок, ярмарок и других специальных мероприятий.
37. Благотворительность и спонсорство как технологии PR.
38. Фандрайзинг.
39. Подготовка спонсорского пакета.
40. Возможности PR-деятельности в Интернете. Современные маркетинговые технологии в Интернете.
41. Веб-сайт как инструмент PR.
42. Использование блогов в качестве инструмента PR.
43. Социальные сети: понятие, структура. Социальные сети как инструмент PR.
44. Внутрикorporативный PR. Понятие, основные атрибуты и уровни корпоративной культуры.
45. Виды корпоративной культуры и их характеристика.
46. Роль корпоративной культуры во внутрикorporативном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.

Для очной формы

Для модуля 1

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность применять знания в анализе конкретных ситуаций	10
выставляется студенту, если студент дал полные, с отдельными пробелами, ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность, с некоторыми неточностями,	8-9

применять знания в анализе конкретных ситуаций	
выставляется студенту, если студент дал неполные ответы на некоторые вопросы, не сумел привести отдельные примеры, продемонстрировал способность, со значительными неточностями, применять знания в анализе конкретных ситуаций	5-7
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили неполный характер; студент допустил существенные ошибки в большинстве вопросов; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	3-4
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили фрагментарный характер; студент допустил существенные ошибки во всех вопросах; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	0-2

Для модуля 2

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность применять знания в анализе конкретных ситуаций	7
выставляется студенту, если студент дал полные, с отдельными пробелами, ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность, с некоторыми неточностями, применять знания в анализе конкретных ситуаций	6
выставляется студенту, если студент дал неполные ответы на некоторые вопросы, не сумел привести отдельные примеры, продемонстрировал способность, со значительными неточностями, применять знания в анализе конкретных ситуаций	4-5
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили неполный характер; студент допустил существенные ошибки в большинстве вопросов; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	2-3
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили фрагментарный характер; студент допустил существенные ошибки во всех вопросах; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	1

Тест

Тестирование – форма текущего контроля знаний, основанная на использовании системы заданий (теста), стандартизированной процедуры проведения, обработки и анализа результатов. Обучающимся предлагается 20 тестовых заданий, включающих 4 варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.

Пример проверочных тестовых заданий:

- К контролируемым текстам не относят: а) буклет; б) медиа-карта; в) пресс-релиз; г) листовка.
- Формула RACE используется: а) для PR-проектирования; б) написания пресс-релиза; в) написания рекламного текста; г) измерения эффективности PR-кампании.
- Текст, содержащий сообщение о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги называется: а) медиа-кит; б) кейс-стори; в) занимательная статья; г) байлайнер.

Для очной формы

<i>Процент правильных ответов</i>	<i>Количество баллов</i>
90-100%	3
65-89%	2
30-64%	1
менее 30%	0

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с.: ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780>.
2. Худоренко, Е.А. Коммуникационные технологии международных корпораций: учебное пособие / Е.А. Худоренко. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 335 с. - ISBN 978-5-374-00176-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90920>.

Дополнительная литература:

1. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178>
2. Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе: учебное пособие / Ю.С. Бернадская. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 135 с.: табл. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01245-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436693>.
3. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А. Измайлова. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 444 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02557-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265>.
4. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 127 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>.
5. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00566-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>.
6. Луговой, Д.Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д.Б. Луговой; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь: СКФУ, 2017. - 131 с. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728>.
7. Маркетинг PR и рекламы: учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; ред. И.М. Синяева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>.
8. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы: учебное пособие / И.В. Марусева. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - Ч. 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. - 363 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-

- 4475-2494-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699>.
9. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы: учебное пособие / И.В. Марусева. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3961-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838>.
10. Менегетти, А. Образ и бессознательное / А. Менегетти; под науч. ред. Н.В. Гришиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: НФ «Антонио Менегетти», 2016. - 596 с. - ISBN 978-5-906601-08-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472747>.
11. Никифоров, Б.Н. Специальные мероприятия как способ приращения публицитного капитала базисного субъекта PR / Б.Н. Никифоров. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 71 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88664>.
12. Олешко, В.Ф. Психология журналистики: учебное пособие / В.Ф. Олешко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА: УрФУ, 2018. - 477 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-3480-3. - ISBN 978-5-7996-2218-3 (Изд-во Урал. ун-та); То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482451>.
13. Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н. Персикова. - Москва: Логос, 2011. - 288 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-467-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233786>.
14. Постовская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы / Я.А. Постовская. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 165 с. - ISBN 978-5-905815-47-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>.
15. Романов, А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа: Учебно-методический комплекс / А.А. Романов. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 183 с. - ISBN 978-5-374-00394-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761>.
16. Скалацкая, О.Г. PR-технологии в формировании имиджа компании как работодателя / О.Г. Скалацкая. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 114 с. - ISBN 978-5-905815-51-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97362>.
17. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Информационный ресурс	Наименование ресурса
1	http://www.prjournal.ru/	PR в России
2	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
3	http://ecsocman.hse.ru/	Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»

1. Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал», договор с ООО «Библиотех».

2. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ». Режим доступа: <https://elib.bashedu.ru/>

3. Электронная библиотечная система издательства «Лань». Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>

5. Научная электронная библиотека elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам). Режим доступа: https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp

6. Электронный каталог Библиотеки БашГУ. Режим доступа: <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.)

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.).

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

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Аудитория № 309 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Лекции	Учебная мебель, доска
Аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Практические занятия	Учебная мебель, доска
Аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная мебель, доска
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп.4),		Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный ClassicNorma 244*183
Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок LenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB (15 штук)
Читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Самостоятельная работа учащихся	Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины PR-технологии в работе с молодежью на б семестр
(наименование дисциплины)
очной формы обучения
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	6/216
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	81,2
лекций	32
практических/ семинарских	48
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	73
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	61,8

Форма(ы) контроля:
экзамен б 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			
	2	4	5	6	7	8	9	10
1	<p>Коммуникативные технологии в PR-кампаниях</p> <p>Понятие, сущность и виды PR-технологий.</p> <p>Специфика применения PR-технологий в молодежной среде.</p> <p>Общая характеристика PR-кампаний.</p> <p>Постановка коммуникативной проблемы. Методы исследования и постановки проблемы.</p> <p>Планирование и реализация PR-кампаний.</p> <p>Оценка эффективности PR-кампаний.</p>	2	4		8	1,2 (о) 4, 5 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>
2	<p>Использование психологических приемов и техник в PR</p> <p>Использование стереотипов в PR.</p> <p>Архетипы: сущность и виды.</p> <p>Возможности применения архетипов в PR. Мифодизайн.</p> <p>Символика в PR.</p> <p>Применение НЛП в PR.</p> <p>Приемы внушения и убеждения в</p>	4	6		8	1,2 (о) 3, 8, 10, 12 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>

	PR.						Составление глоссария	
3	Использование музыки и цвета в связях с общественностью Психологические основы воздействия звуков на человека. Восприятие звука и музыки. Цветовая символика и психодиагностика. Тест Люшера. Использование музыки в рекламе и PR. Аудиобрендинг: понятие, критерии, этапы. Музыка в PR-мероприятиях и PR-кампаниях. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. Роль цвета в построении бренда.	4	6		8	1,2 (о) 2, 17 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита глоссария Собеседование
4	Информационный и коммуникационный менеджмент Коммуникационный аудит. Управление информацией и приемы конструирования новостей. Понятие и способы усиления информационного повода. Слухи: понятие и виды. Основные свойства слухов, условия живучести. Циркуляция слухов. Управление слухами. Слухи как PR-инструмент. Профессия спин-доктора. Приемы спин-докторинга. Технологии лоббирования. PR в кризисных ситуациях.	4	6		8	1,2 (о) 7, 9, 12 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита глоссария Собеседование
5	Медиарилейшнз. Подготовка и	4	8		8	1,2 (о)	Изучение	Устный опрос

	<p>написание PR-текстов Основные принципы работы со СМИ. Понятие и виды PR-текстов. Пресс-релиз. Бэкграундер. Биографическая справка. Факт-лист. Медиа-кит. Статья: имиджевая, байлайнер, обзорная, занимательная, кейс-стори. Заявление для СМИ. Буклет, листовка, брошюра. Медиа-карта. Медиа-план. Медиапланирование. Пресс-дайджест. Написание текстов речей и выступлений. Основные правила публичного выступления. Законы и принципы коммуникации.</p>					4, 6, 9, 12, 15 (д)	<p>лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>
6	<p>Event как технология PR Корпоративный event. Специальные мероприятия для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, круглый стол и др. Организация и проведение дня открытых дверей, выставок, ярмарок и других специальных мероприятий.</p>	4	4		8	1,2 (о) 1, 4, 11 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>
7	<p>Спонсорство, благотворительность и фандрайзинг Благотворительность и спонсорство как технологии PR.</p>	4	4		8	1,2 (о) 4, 15 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p>

	Фандрайзинг. Подготовка спонсорского пакета.						Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устная защита глоссария Собеседование
8	PR-технологии в сети Интернет Возможности PR-деятельности в Интернете. Современные маркетинговые технологии в Интернете. Веб-сайт как инструмент PR. Использование блогов в качестве инструмента PR. Социальные сети: понятие, структура. Социальные сети как инструмент PR.	2	6		8	1,2 (о) 12, 15 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита глоссария Собеседование
9	Внутрикорпоративный PR Корпоративная культура Внутрикорпоративный PR. Понятие, основные атрибуты и уровни корпоративной культуры. Виды корпоративной культуры и их характеристика. Роль корпоративной культуры во внутрикорпоративном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.	4	4		9	1,2 (о) 5, 13, 14, 16 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита глоссария Собеседование Тест
	Всего часов	32	48		73			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины PR-технологии в работе с молодежью на 8 семестр
(наименование дисциплины)
заочной формы обучения
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	6/216
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	25,2
лекций	8
практических/ семинарских	16
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	183
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	7,8

Форма(ы) контроля:
экзамен __8__ 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			
	2	4	5	6	7	8	9	10
1	<p>Коммуникативные технологии в PR-кампаниях</p> <p>Понятие, сущность и виды PR-технологий.</p> <p>Специфика применения PR-технологий в молодежной среде.</p> <p>Общая характеристика PR-кампаний.</p> <p>Постановка коммуникативной проблемы. Методы исследования и постановки проблемы.</p> <p>Планирование и реализация PR-кампаний.</p> <p>Оценка эффективности PR-кампаний.</p>	1	2		20	1,2 (о) 4, 5 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание
2	<p>Использование психологических приемов и техник в PR</p> <p>Использование стереотипов в PR.</p> <p>Архетипы: сущность и виды.</p> <p>Возможности применения архетипов в PR. Мифодизайн.</p> <p>Символика в PR.</p> <p>Применение НЛП в PR.</p> <p>Приемы внушения и убеждения в</p>	1	2		20	1,2 (о) 3, 8, 10, 12 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание

	PR.							
3	<p>Использование музыки и цвета в связях с общественностью</p> <p>Психологические основы воздействия звуков на человека. Восприятие звука и музыки. Цветовая символика и психодиагностика. Тест Люшера. Использование музыки в рекламе и PR. Аудиобрендинг: понятие, критерии, этапы. Музыка в PR-мероприятиях и PR-кампаниях. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью. Роль цвета в построении бренда.</p>	1	0		22	1,2 (о) 2, 17 (д)	<p>Изучение лекционного материала источников и</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>
4	<p>Информационный и коммуникационный менеджмент</p> <p>Коммуникационный аудит. Управление информацией и приемы конструирования новостей. Понятие и способы усиления информационного повода. Слухи: понятие и виды. Основные свойства слухов, условия живучести. Циркуляция слухов. Управление слухами. Слухи как PR-инструмент. Профессия спин-доктора. Приемы спин-докторинга. Технологии лоббирования. PR в кризисных ситуациях.</p>	1	2		20	1,2 (о) 7, 9, 12 (д)	<p>Изучение лекционного материала источников и</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>
5	<p>Медиарилейшнз. Подготовка и написание PR-текстов</p>	1	2		20	1,2 (о) 4, 6, 9, 12, 15	Изучение лекционного	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>

	<p>Основные принципы работы со СМИ.</p> <p>Понятие и виды PR-текстов.</p> <p>Пресс-релиз. Бэкграундер.</p> <p>Биографическая справка. Факт-лист.</p> <p>Медиа-кит. Статья: имиджевая, байлайнер, обзорная, занимательная, кейс-стори. Заявление для СМИ.</p> <p>Буклет, листовка, брошюра.</p> <p>Медиа-карта. Медиа-план.</p> <p>Медиапланирование. Пресс-дайджест.</p> <p>Написание текстов речей и выступлений. Основные правила публичного выступления. Законы и принципы коммуникации.</p>					(д)	<p>материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	
6	<p>Event как технология PR</p> <p>Корпоративный event.</p> <p>Специальные мероприятия для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, круглый стол и др.</p> <p>Организация и проведение дня открытых дверей, выставок, ярмарок и других специальных мероприятий.</p>	1	2		20	1,2 (о) 1, 4, 11 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>
7	<p>Спонсорство, благотворительность и фандрайзинг</p> <p>Благотворительность и спонсорство как технологии PR.</p> <p>Фандрайзинг.</p> <p>Подготовка спонсорского пакета.</p>	0	2		21	1,2 (о) 4, 15 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>

							практических заданий	
8	PR-технологии в сети Интернет Возможности PR-деятельности в Интернете. Современные маркетинговые технологии в Интернете. Веб-сайт как инструмент PR. Использование блогов в качестве инструмента PR. Социальные сети: понятие, структура. Социальные сети как инструмент PR.	1	2		20	1,2 (о) 12, 15 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание
9	Внутрикорпоративный PR Корпоративная культура Внутрикорпоративный PR. Понятие, основные атрибуты и уровни корпоративной культуры. Виды корпоративной культуры и их характеристика. Роль корпоративной культуры во внутрикорпоративном PR. Формирование и усиление корпоративной культуры.	1	2		20	1,2 (о) 5, 13, 14, 16 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание
	Всего часов	8	16		183			

Рейтинг – план дисциплины

PR-технологии в работе с молодежью

специальность 39.03.03 Организация работы с молодежью
курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1.				
Текущий контроль			0	11
1. Устный опрос	1	8	0	8
2. Практическое задание	1	3	0	3
Рубежный контроль			0	10
1. Собеседование	10	1	0	10
Модуль 2.				
Текущий контроль			0	12
1. Устный опрос	1	9	0	9
2. Практическое задание	1	3	0	3
Рубежный контроль			0	10
1. Собеседование	10	1	0	10
Модуль 3.				
Текущий контроль			0	17
1. Устный опрос	1	7	0	7
2. Практическое задание	1	3	0	3
3. Составление глоссария	1	3	0	3
4. Устная защита глоссария	1	4	0	4
Рубежный контроль			0	10
1. Собеседование	7	1	0	7
2. Тест	3	1	0	3
Поощрительные баллы				
1. Более 15 выступлений			0	5
2. Участие в олимпиаде / конференции / публикация статей			0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
1. Экзамен			0	30