

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГУГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность: *Связи с общественностью и коммуникативные технологии*

Уровень квалификации выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Д-р филос. н., проф., проф. С. В. Клягин

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 27.08.2019г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (*модулю*)

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – изучение студентами актуальных проблем PR-деятельности в системе профессиональных коммуникативных практик.

Задачи:

- передать знания и актуальную информацию о положении и перспективах развития PR-деятельности;
- сформировать потребности в расширении своих представлений в области PR-деятельности;
- обеспечить овладение умениями и навыками в области отбора и применения современных подходов, технологий и инструментов в области PR-деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: основных участников и их роли, возможности взаимодействия между ними в коммуникативной индустрии; профессиональные коммуникативные практики: разновидности, классификацию, взаимосвязи. Уметь: использовать возможности получения информации через профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества, оценивать перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности. Владеть: навыками обобщения информации о состоянии современной PR-деятельности.
ПК-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знать: принципы и особенности формирования информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; реализовывать проекты и владеть методами их реализации; использовать PR-коммуникации в различных сферах жизни общества. Владеть: навыками создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с

		учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Актуальные проблемы PR-деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность «Связи с общественностью и коммуникативные технологии».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы профессиональной деятельности, Теория и практика связей с общественностью, Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Основы теории коммуникации, Основы интегрированных коммуникаций, Международный опыт в PR, Организация работы коммуникационного агентства, Исследования в связях с общественностью.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Государственная итоговая аттестация.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
	Раздел 1. Предпосылки реализации и состояние современной PR-деятельности	VIII							
1	Тема 1. Предпосылки, основания и	VIII	2	4				10	Мониторинг активности на практическом

	факторы развития современных прагматических коммуникаций								занятия, текущий опрос по учебным вопросам
2	Тема 2. PR-деятельность в коммуникативной индустрии	VIII	2	4				20	Мониторинг активности на практическом занятии, текущий опрос по учебным вопросам. Проверка посещаемости лекций, Промежуточная аттестация – письменная работа
	Раздел 2. Практики и перспективы и практики современной PR-деятельности	VIII							
3	Тема 3. Актуальные практики реализации PR-деятельности	VIII	4	6				14	Мониторинг активности на практическом занятии, текущий опрос по учебным вопросам
4	Тема 4. Перспективы и проблемы развития PR-деятельности	VIII	2	4				20	Мониторинг активности на практическом занятии, текущий опрос по учебным вопросам. Проверка посещаемости лекции,
	Зачет	VIII							Зачет по билетам
	Итого:	VIII	10	18				44	

3. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Предпосылки реализации и состояние современной PR-деятельности	Рассматриваются социально-культурные и технологические факторы развития социальных коммуникаций. Понятие информационно-коммуникативного социума. Медиатизация социальной среды. Развитие представлений о профессиональных коммуникативных практиках. Классификация профессиональных коммуникативных практик. Концепция интегрированных коммуникаций. Место и роль PR-деятельности в ИК и в профессиональном «поле» коммуникативных практик
2	Перспективы и практики современной PR-деятельности	Вариативность, комбинаторика и конфигуративность реализации PR-деятельности в системе интегрированных коммуникаций. Перспективные модели реализации PR-деятельности. Профессиональный стандарт деятельности PR-специалиста. Развитие институциональной и организационной инфраструктуры PR-деятельности. PR-деятельность и современные технологии.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Раздел 1. Предпосылки реализации и состояние современной PR-деятельности	Лекция 1. Семинар 1. Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекции-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада. Лекции-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада. Консультирование и организация самостоятельной работы учащихся посредством электронного учебного ресурса на платформе Moodle
2	Раздел 2. Практики и перспективы и практики современной PR-деятельности	Лекция 3. Семинар 3.	Лекции-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада.

	Лекция 4.	Лекции-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора
	Семинар 4.	Развернутая беседа с обсуждением доклада.
	Самостоятельная работа	Консультирование и организация самостоятельной работы учащихся посредством электронного учебного ресурса на платформе Moodle

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	9 баллов	35 баллов
- письменная работа (темы 1-2)	25 баллов	25 баллов
-		
Промежуточная аттестация (экзамен по билетам)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр (экзамен)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
95 – 100	отлично	A
83 – 94		B
68 – 82	хорошо	C
56 – 67		D
50 – 55		E
20 – 49	неудовлетворительно	FX
0 – 19		F
		зачтено
		не зачтено

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Актуальные проблемы PR-деятельности» предусмотрено две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: письменная работа

Учебное задание: Подготовить аналитический обзор предпосылок реализации прагматических коммуникаций и состояния рынка коммуникационных услуг и проектов применительно к объектной области выпускной квалификационной работы.

При оценивании тестирования учитывается (максимум 20 баллов):

- знание теории изученных вопросов (10 баллов);
- умение применить теорию к незнакомым ситуациям (10 баллов).

При оценивании участия в дискуссии на семинаре учитываются (максимум 5 баллов):

- степень раскрытия содержания материала (0-2 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании участия в дискуссии на практическом занятии (ролевой игре) учитываются (максимум 5 баллов):

- степень соответствия выбранной роли, вживания в образ (0-2 балла);
- грамотность речи, точность использования коммуникативной модели и особенностей невербальной коммуникации (0-2 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых в процессе коммуникации коммуникативных паттернов (0-1 балл).

При оценивании аналитико-синтетического задания учитывается (максимум 20 баллов):

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-4 балла;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 5-8 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -9-10 баллов.

Задания для текущего контроля

1. Подготовка сообщений (докладов) по теме семинара

Структура сообщения (доклада):

1. **Актуальность исследования (1 стр.)** – краткая характеристика, почему важно исследовать эту тему? почему Вы ее выбрали, в чем важность ее исследования *для развития науки и практик в области рекламы и связей с общественностью*, понимания коммуникативных процессов и явлений.

3 возможных направления характеристики актуальности:

- **Неизученность выбранной темы** (тема новая, лит-ры нет)
- **Систематизация, обобщение** уже существующей лит-ры (лит-ры много)
- **Возможность решения определенной практической задачи** на основе полученных в исследовании данных

2. **Степень изученности темы (1 стр.)** – обзор литературы по теме исследования, отвечающий на вопросы: Какова история изучения данной исследовательской проблемы? Каков современный уровень ее разработки?

Литература по теме исследования может:

- быть непосредственно посвященной выбранной теме исследования (что встречается крайне редко)
- рассматривать более крупную теоретическую проблему по отношению к теме исследования
- затрагивать той или иной аспект рассматриваемой темы исследования

В обзоре указывается:

1. **когда, в каком контексте и почему возникла** данная научная **проблема**
2. **суть проблемы, какие стадии** прошло ее изучение
3. анализ поворотных моментов
4. какие вопросы **получили разрешение** в изученных работах, **на какие оценки и выводы** их авторов **Вы опираетесь**
5. какие проблемы **не решены**, и вы **будете** их решать
6. какие проблемы **не решены**, и вы **не будете** их решать

При написании обзора литературы необходимо ввести критерии, по которым отбирается литература (по хронологическому или тематическому принципу), и разбить ее на группы,

например, по дисциплинам, в рамках которых рассматривается тема исследования. В рамках группы указать, какие аспекты темы рассмотрел тот или иной исследователь, сделать ссылку на его работы (например, В.В.Иванов [сноска] исследовал такие-то вопросы).

Виды литературы:

1. учебники и учебные пособия
2. монографии (индивидуальные и коллективные)
3. сборники статей
4. статьи периодических научных и специализированных изданиях
5. **Проблема, ключевая идея сообщения (1 абзац).** Формулируется как противоречие между позитивным (дескриптивным) и нормативным (желательным) описанием ситуации (см. семинар 3).
6. **Объект рассмотрения (1 предложение)** – что (какое явление или процесс) мы хотим изучить? (*целое, общее*)

Предмет рассмотрения (1 предложение) – какой из аспектов объекта исследования мы хотим изучить? Обычно совпадает или почти совпадает с формулировкой темы. (*часть, частное*)

Объект – предметы, люди, события и т.п., которые мы изучаем; предмет – это то, что у этих предметов и т.п. изучается.

7. **Цель и задачи исследования** – чего мы хотим достичь в результате проведенного исследования? (*образ будущего*)

Цель (1 предложение) выводится из названия исследования, а задачи (2-3, больше не надо) показывают, какие последовательные шаги мы должны осуществить, чтобы добиться цели.

Вспомогательные слова:

1. Исследовать, изучить, проанализировать
2. Рассмотреть, сформулировать, выявить
3. Доказать обосновать, аргументировать
8. **Эмпирическая база (Источники)** – какими источниками (не путать с литературой!) мы будем руководствоваться при написании курсовой работы?
9. **Методы.** Какой метод прикладного исследования Вы будете использовать (перечень методов см. в лекциях).
10. **Выводы.** Основы итоговые тезисы сообщения (доклада), представленные как логические исследовательско-аналитические выводы.

2. Подготовка письменных сообщений по контрольным вопросам

Подготовка письменных сообщений по контрольным вопросам

1. Коммуникативные науки: современное состояние и перспективы прикладного использования.
2. PR-деятельность и реклама в системе интегрированных коммуникативных практик.

3. Коммуникативный потенциал новых медиа в рекламе и PR
4. Коммуникативная индустрия: основные участники и их роли, возможности взаимодействия между ними.
5. Профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества: перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности.
6. деятельности.
7. Исследовательская деятельность в рекламе и связях с общественностью.
8. Концепция интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации.
9. Мировые коммуникационные процессы: особенности проявления и прикладное значение.
10. Коммуникационное агентство: направления деятельности и специфика работы.
11. Актуальные прикладные проблемы коммуникативной антропологии.
12. Правовые аспекты PR-деятельности

Критерии оценки аттестационной работы:

Для *минимальной положительной оценки* необходимо *самостоятельно* сформулировать две группы критериев анализа: одна для межличностной коммуникации и вторая для коммуникации в малой группе (*не менее 5 критериев* на каждый вид коммуникации). В случае, если в группе появляются две работы с одинаковыми критериями анализа, обе работы не зачитываются.

Для оценки *«хорошо»*, помимо изложенного выше, студент должен продемонстрировать умение анализировать конкретные примеры межличностной коммуникации и коммуникации в малой группе на основе выделенных критериев. В данном случае учитывается полнота и адекватность анализа. Примеры должны быть авторскими, т.е. не опубликованными в рекомендованной учебной литературе; если используется коммуникативная ситуация, описанная в ином источнике (учебной, научной или научно-популярной литературе, найденной студентом самостоятельно), необходимо сделать ссылку на данный источник.

Для оценки *«отлично»*, в дополнение к перечисленному, нужно интерпретировать выбранные примеры с точки зрения теорий межличностной коммуникации и коммуникации в малой группе и охарактеризовать эти примеры, используя название и основные понятия как минимум одной из изученных теорий, желательно, для каждого вида коммуникации.

Промежуточная аттестация (зачет)

При проведении промежуточной аттестации студент должен подготовить ответ (доклад) на экзаменационные билеты.

При оценивании учитывается (максимум 40 баллов):

- соблюдение формы и объема работы: 10 стр., 12 кегль, одинарный интервал, форматирование текста по ширине страницы (работы, скаченные из сети, и/или не соответствующие предложенной в задании структуре не принимаются) – 0-5 баллов;
- корректное употребление терминологии, а также правильное понимание основных теорий и концепций курса – 0-5 баллов;
- умение применить знания, полученные в рамках курса (проанализировать собранную информацию об особенностях межкультурной коммуникации в соответствии с логикой категорий и моделей построения связей с общественностью) – 0-15 баллов;
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить свои идеи в письменной (тест работы и презентация для защиты) и устной (10-минутное выступление) формах, подобрать адекватный визуальный ряд к тексту – 0-10 баллов;
- наличие ссылок на использованные источники (Ф.И. автора, название публикации, название, год и место издания, ссылка URL) – 0-5 баллов.

Порядок проведения промежуточной аттестации

Итоговая аттестация пройдет в форме *устного собеседования*. Каждый студент получает в аудитории экзаменационный билет и готовит на него ответ. В билете два вопроса. Пользоваться конспектами лекций (а также учебными пособиями и проч. вспомогательными материалами) *не разрешается*. При прибытии на аттестацию конспекты лекций сдаются преподавателю на проверку.

Вопросы для промежуточной аттестации:

1. Коммуникативная индустрия: основные участники и их роли, возможности взаимодействия между ними.
2. Практики взаимодействия с медиа в коммуникативной профессии.
3. «Высокие технологии» (high tech, high hume, digital, bid data) в современных коммуникативных практиках"
4. Коммуникационный менеджмент в интегрированных коммуникациях.
5. Коммуникативные инструменты в антикризисном управлении компанией.
6. Социальные сети в профессиональной информационно-коммуникативной деятельности.
7. Практики взаимодействия с приоритетными общественными группами организации.
8. Построение внутрикорпоративных коммуникаций организации: основные задачи, направления, инструменты.
9. Перспективы коммуникативных профессий.
10. Организация событий в рекламе и связях с общественностью.
11. Концепция интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации.
12. Планирование в коммуникационной деятельности.
13. Профессиональная этика в деятельности специалиста по коммуникациям.
14. Основные виды имиджа: построение, структура, проблемы управления.
15. Коммуникационное агентство: направления деятельности и специфика работы.
16. Корпоративная социальная ответственность: коммуникативный аспект.
17. Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
18. Актуальные прикладные проблемы коммуникативной антропологии.
19. Историографические основания выпускной квалификационной работы.
20. Государственные и общественные институты, ответственные за связи с общественностью

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная

Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009>

Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная:

1. Морган, Н., Причард, А. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Соц.-культур, сервис и туризм» / Н. Морган, А. Причард / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмкина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 495 с: ил., табл. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00647-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028572>
2. Бухтерева, О. С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / О.С. Бухтерева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 128 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-004409-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/929670>
3. Ученова, В. В. Учёнова, В.В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика» и «Реклама» / В.В. Учёнова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 248с: цв. ил. - ISBN 978-5-238-01326-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028573>
4. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - Москва : Дело АНХ, 2016. - 520 с. ISBN 978-5-7749-1135-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/634963>

Рекомендуемая:

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М.: Весь Мир, 2004. – 188 с.
2. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. М., МГУ, 2012. - 324 с.
3. Дебор Г.Э. Общество спектакля. – М.: Логос, 1999. – 224 с.
4. Дебре Р. Введение в медиологию. – М., Праксис, 2010. – 368 с.
5. Кириллова Н.Б. Медиалогия как синтез наук. М.: Академический проект, 2013. - 358 с.
6. Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
7. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
8. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2010.
9. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 486 с. — Серия: Бакалавр. Академический курс.
10. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше создание / Пер. с англ. Д. Борисов. – М.: Ультракультура, 2003. – 368 с.
11. Ромат Е. В. Реклама: учебник для вузов. - 7-е изд. СПб., 2008. – 512 с.
12. Урри Д. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. (Пер. с англ.). – М.: Высшая школа экономики, 2012. – 600 с.

13. Хейзинга Й. Homo Ludens /Человек играющий: Статьи по истории культуры / Сост. и пер. с нидерл. Д.В. Сильвестрова. 2-е изд., испр. – М.: Айрис-прес, 2003. – 496 с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
3. Институт развития информационного общества - <http://www.iis.ru>
4. Интернет и киберкультура в России - http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
5. Исследования средств коммуникации - <http://www.pr.ru/media/msarticl/index.htm>
6. Материалы о российском секторе сети интернет: "Русский журнал" - <http://www.russ.ru/netcult>, "Грани.ру" - <http://www.grani.ru/Internet>, "Лента.ру" - <http://www.lenta.ru/internet>, "Нетоскоп" (архив) - <http://www.netoscope.ru>, "Интернет.ру" (архив) - <http://www.internet.ru>, "Интернет" - www.gagin.ru/internet, "Рунет.ру" - <http://www.runet.ru>
7. Музей будущего: информационные технологии и культурное наследие <http://future.museum.ru>
8. Новости гуманитарных технологий - <http://www.gtnews.ru>
9. Российская сеть информационного общества - <http://www.isn.ru>
10. Центр исследований постиндустриального общества - <http://www.postindustrial.ru>
11. ISOC: History of the Internet - <http://www.isoc.org/internet/history>
12. Television History - <http://www.tvhistory.tv>
13. The Broadcast Archive - <http://www.olderadio.com>
14. The Evolution of Communication - <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
15. The Media and Communication Studies Site - <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
16. The Media History Project - <http://www.mediahistory.umn.edu/index2.html>
17. The Museum Of Radio & Technology - <http://oak.cats.ohiou.edu/~postr/MRT>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Кроме технических средств, используется и прикладное программное обеспечение (Microsoft Word и Power Point версии не ниже 2003 года), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к семинарам. Желательно проводить занятия в мультимедийной аудитории, оснащенной доступом в интернет.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинар 1 (4ч.). Предпосылки, основания и факторы развития современных прагматических коммуникаций

Время - 6 часов

Целевая установка: обобщение знаний обучаемых о предпосылках и состоянии современной PR-деятельности.

Вопросы для обсуждения.

1. Концептуально-теоретические основы реализации профессиональных коммуникативных практик.
2. Роль коммуникативных наук в построении и развитии PR-деятельности.
3. Социокультурные предпосылки изучения и реализации социальных коммуникаций.
4. Технологические предпосылки изучения и реализации социальных коммуникаций.
6. Мировые коммуникационные процессы: особенности проявления и прикладное значение.
7. Государственные и общественные институты, ответственные за связи с общественностью.
8. Правовые аспекты PR-деятельности.
9. Профессиональная этика в деятельности специалиста по коммуникациям.
10. Парадигмальная динамика в изучении реализации социальных коммуникаций.

Литература

Основная

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная:

1. Брум, Глен М., Катлип, Скотт М., Сентер, Аллен Х. Паблик рилейшинз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. — М.: ООО «ИД-Вильямс», 2016. — 624 с.: ил. — Парал. тит. англ.
2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. — М.: Вильямс, 2015. — 272 с.

3. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата /Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. М.: Издательство Юрайт, 2015. – 263 с. - Серия: Бакалавр. Академический курс
4. Кастельс, М. Власть коммуникации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564, [4] с.
5. Райхман И. Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR. – М.: Альпина Паблишер, 2013. - 430 с.
6. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова / Отв.ред. А.П. Логунов. – М., ЛЕНАНД, 2013.

Рекомендуемая:

1. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова / Отв.ред. А.П. Логунов. – М., ЛЕНАНД, 2013.
2. Урри Д. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. (Пер. с англ.). – М.: Высшая школа экономики, 2012. – 600 с.
3. Бочаров. – М.: Дело АНХ, 2010. – Гл. 1.
4. Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). – СПб: Питер, 2002. – 448 с.
5. Буари Ф.А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. – М.: Инфра-М., 2001.
1. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека /Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

Интернет-ресурсы

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
3. Институт развития информационного общества - <http://www.iis.ru>
4. Интернет и киберкультура в России - http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
5. Исследования средств коммуникации - <http://www.pr.ru/media/msarticl/index.htm>
6. Музей будущего: информационные технологии и культурное наследие <http://future.museum.ru>
7. Новости гуманитарных технологий - <http://www.gtnews.ru>
8. Российская сеть информационного общества - <http://www.isn.ru>
9. Центр исследований постиндустриального общества - <http://www.postindustrial.ru>
10. ISOC: History of the Internet - <http://www.isoc.org/internet/history>
11. Television History - <http://www.tvhistory.tv>
12. The Broadcast Archive - <http://www.olderadio.com>
13. The Evolution of Communication - <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
14. The Media and Communication Studies Site - <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
15. The Media History Project - <http://www.mediahistory.umn.edu/index2.html>

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 2 (4ч.). «PR-деятельность в коммуникативной индустрии».

Время - 8 часов

Целевая установка: обобщение знаний обучаемых о роли современной PR-деятельности в коммуникативной индустрии.

Вопросы для обсуждения.

1. Коммуникативная индустрия: основные участники и их роли, возможности взаимодействия между ними.
2. Профессиональные коммуникативные практики: разновидности, классификация, взаимосвязи.
3. PR-деятельность и реклама в системе интегрированных коммуникативных практик.
4. Модели PR-деятельности: динамика взаимодействия и развития.
5. Коммуникативный потенциал новых медиа в рекламе и PR
6. Профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества: перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности.
7. Исследовательская деятельность в рекламе и связях с общественностью.
8. Организация событий в рекламе и связях с общественностью.
9. Концепция интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации.
10. Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Литература**Основная**

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная:

1. Брум, Глен М., Катлип, Скотт М., Сентер, Аллен Х. Паблик рилейшинз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. — М.: ООО «ИД-Вильямс», 2016. — 624 с.: ил. — Парал. тит. англ.
2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. — М.: Вильямс, 2015. — 272 с.
3. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата /Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. М.: Издательство Юрайт, 2015. — 263 с. - Серия: Бакалавр. Академический курс
4. Кастельс, М. Власть коммуникации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564, [4] с.
5. Райхман И. Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR. — М.: Альпина Паблишер, 2013. - 430 с.
6. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова / Отв.ред. А.П. Логунов. — М., ЛЕНАНД, 2013.

Рекомендуемая:

1. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» : [для бакалавров] / А. Н. Чумиков. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 157 с.
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика / А.Н. Чумиков А.Н., П.М. Бочаров. — М.: Дело АНХ, 2010. — 608 с.

Интернет-ресурсы

1. <http://www.mikh-partn.ru>- Агентство «Михайлов и партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»
2. <http://www.raso.ru>- Российская ассоциация по связям с общественностью
3. The Evolution of Communication - <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
4. The Media and Communication Studies Site - <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
5. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
6. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
7. Институт развития информационного общества - <http://www.iis.ru>
8. Интернет и киберкультура в России - http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
9. Исследования средств коммуникации - <http://www.pr.ru/media/msarticl/index.htm>

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 3 (6ч.). «Актуальные практики реализации PR-деятельности»

Время - 6 часов

Целевая установка: обобщение знаний обучаемых об актуальных практиках реализации PR-деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Современные виды PR-коммуникации.
2. Структура бренда и его разновидности.
3. Коммуникационный менеджмент в интегрированных коммуникациях.
4. Коммуникативные инструменты в антикризисном управлении компанией.
5. Социальные сети в профессиональной информационно-коммуникативной деятельности.
6. Практики взаимодействия с приоритетными общественными группами организации.
7. Построение внутрикорпоративных коммуникаций организации: основные задачи, направления, инструменты.
8. PR- коммуникации различных сферах жизни общества.
9. Организация событий в рекламе и связях с общественностью.
10. Динамика факторов актуализации практик PR-деятельности.

Литература

Основная

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная:

1. Брум, Глен М., Катлип, Скотт М., Сентер, Аллен Х. Паблик рилейшинз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. – М.: ООО «ИД-Вильямс», 2016. – 624 с.: ил. – Парал. тит. англ.
2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. – М.: Вильямс, 2015. – 272 с.
3. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата /Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. М.: Издательство Юрайт, 2015. – 263 с. - Серия: Бакалавр. Академический курс
4. Кастельс, М. Власть коммуникации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 , [4] с.
5. Райхман И. Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR. – М.: Альпина Паблишер, 2013. - 430 с.
6. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова / Отв.ред. А.П. Логунов. – М., ЛЕНАНД, 2013.

Рекомендуемая:

1. Больц Н. Азбука медиа / Норберт Больц ; [пер. с нем. Л. Ионина и А. Черных]. – М. : Европа, 2011. – 132 с.
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. М.: Аспект Пресс, 2012.
3. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека /Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

Интернет-ресурсы

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
3. Институт развития информационного общества - <http://www.iis.ru>
4. Интернет и киберкультура в России - http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
5. Исследования средств коммуникации - <http://www.pr.ru/media/msarticl/index.htm>
6. Музей будущего: информационные технологии и культурное наследие <http://future.museum.ru>
7. Новости гуманитарных технологий - <http://www.gtnews.ru>
8. ISOC: History of the Internet - <http://www.isoc.org/internet/history>
9. Television History - <http://www.tvhistory.tv>
10. The Broadcast Archive - <http://www.olderadio.com>
11. The Evolution of Communication - <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
12. The Media and Communication Studies Site - <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
13. The Media History Project - <http://www.mediahistory.umn.edu/index2.html>
14. The Museum Of Radio & Technology - <http://oak.cats.ohiou.edu/~postr/MRT>

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 4 (4ч.). «Перспективы и проблемы развития PR-деятельности»

Время - 8 часов

Целевая установка: обобщение знаний обучаемых о перспективах и проблемах PR-деятельности.

Вопросы:

1. Понятие об интеллектуальной прогностике.
2. «Высокие технологии» (high tech, high hume, digital, big data) в современных коммуникативных практиках»
3. Перспективы коммуникативных профессий.
4. Технологическая инноватика в современной PR-деятельности.
5. Социально-культурная инноватика в современной PR-деятельности.
6. Медиалогия в современной PR-деятельности.
7. Профессиональные тенденции в развитии коммуникативных наук и практик.
8. Международный опыт PR-деятельности.

Литература

Основная

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная:

1. Брум, Глен М., Катлип, Скотт М., Сентер, Аллен Х. Паблик рилейшинз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. — М.: ООО «ИД-Вильямс», 2016. — 624 с.: ил. — Парал. тит. англ.
2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. — М.: Вильямс, 2015. — 272 с.
3. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата /Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. М.: Издательство Юрайт, 2015. — 263 с. - Серия: Бакалавр. Академический курс
4. Кастельс, М. Власть коммуникации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564, [4] с.
5. Райхман И. Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR. — М.: Альпина Паблишер, 2013. - 430 с.
6. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова / Отв.ред. А.П. Логунов. — М., ЛЕНАНД, 2013.

Рекомендуемая:

1. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. М., 2008. Гл. 3.
2. Дебре Р. Введение в медиологию. — М., Праксис, 2010. — Гл. 2.
3. Ситников А., Гундарин М. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций. М., 2003. С. 108 - 125.
4. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004. С.13-43.

Интернет-ресурсы

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
3. Институт развития информационного общества - <http://www.iis.ru>
4. Интернет и киберкультура в России - http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
5. Исследования средств коммуникации - <http://www.pr.ru/media/msarticl/index.htm>

6. Материалы о российском секторе сети интернет: "Русский журнал" - <http://www.russ.ru/netcult>, "Грани.ру" - <http://www.grani.ru/Internet>,
7. "Лента.ру" - <http://www.lenta.ru/internet>,
8. "Нетоскоп" (архив) - <http://www.netoscope.ru>,
9. "Интернет.ру" (архив) - <http://www.internet.ru>,
10. "Интернет" - www.gagin.ru/internet, "Рунет.ру" - <http://www.runet.ru>
11. Музей будущего: информационные технологии и культурное наследие <http://future.museum.ru>
12. Новости гуманитарных технологий - <http://www.gtnews.ru>
13. Российская сеть информационного общества - <http://www.isn.ru>
14. Центр исследований постиндустриального общества - <http://www.postindustrial.ru>
15. ISOC: History of the Internet - <http://www.isoc.org/internet/history>
16. Television History - <http://www.tvhistory.tv>
14. The Broadcast Archive - <http://www.olderadio.com>
15. The Evolution of Communication - <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
16. The Media and Communication Studies Site - <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
17. The Media History Project - <http://www.mediahistory.umn.edu/index2.html>
18. The Museum Of Radio & Technology - <http://oak.cats.ohiou.edu/~postr/MRT>

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (методический проект) выполняются на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титального) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст исследовательского проекта учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме исследования, содержание и стиль изложения самого текста проекта, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы, умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление исследовательского проекта.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Актуальные проблемы PR-деятельности» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.

Цель дисциплины – изучение студентами актуальных проблем PR-деятельности в системе профессиональных коммуникативных практик.

Задачи:

- передать знания и актуальную информацию о положении и перспективах развития PR-деятельности;
- сформировать потребности в расширении своих представлений в области PR-деятельности;
- обеспечить овладение умениями и навыками в области отбора и применения современных подходов, технологий и инструментов в области PR-деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
- ПКУ-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основных участников и их роли, возможности взаимодействия между ними в коммуникативной индустрии; профессиональные коммуникативные практики: разновидности, классификацию, взаимосвязи; принципы и особенности формирования информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь: использовать возможности получения информации через профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества, оценивать перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности; планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; реализовывать проекты и владеть методами их реализации; использовать PR-коммуникации в различных сферах жизни общества.

Владеть: навыками обобщения информации о состоянии современной PR-деятельности; навыками создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 31 августа 2020г.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Актуальные проблемы PR-деятельности»
по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»
на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.20г.	№ 1

Приложение к листу изменений №1

1. В п.4 «Образовательные технологии» вносятся следующие изменения.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. В п.6.2 «Перечень БД и ИСС» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. В п.7 «Состав программного обеспечения (ПО)» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно

			распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное