



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

Гуманитарный факультет
Кафедра иностранных языков и связей с общественностью



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д-р техн. наук, проф.

Н. В. Лобов Н. В. Лобов

« 30 » 11 2016 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Программа прикладного бакалавриата

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль программы бакалавриата

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника:

бакалавр

Выпускающая кафедра:

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения:

очная

Курс: 4

Семестр(-ы): 8

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 2 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 72 ч.

Виды контроля:

Экзамен: - нет Зачёт: - 8

Курсовой проект: - нет Курсовая работа: - нет

Пермь 2016

Учебно методический комплекс дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»
разработан на основании:

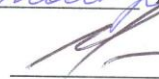
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2016 г. номер приказа «997» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- компетентностной модели выпускника ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и реклама», утверждённой «24» июня 2013 г. (с изменениями в связи с переходом на ФГОС ВО);
- базового учебного плана очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и рекламой», утверждённого «8» сентября 2016 г.

Рабочая программа согласована с рабочими программами дисциплин Основы медиапланирования, Государственное и общественное регулирование рекламной-информационной деятельности, Основы теории и практики связей с общественностью, Учебная практика,

Разработчик

канд.социол.наук, доц.  А.Ф.Невоструева

Рецензент

д-р филолог. наук, проф.  С.С. Шляхова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью» «27» октября 2016 г., протокол № 4.

Заведующий кафедрой,
«Иностранные языки и связи с общественностью», д-р филол.наук, проф.

 С. С. Шляхова

Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Гуманитарного факультета «28» ноября 2016 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической комиссии Гуманитарного факультета
д-р социол. наук, проф.

 В. Н. Стегний

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой,
«Иностранные языки и связи с общественностью» д-р филол.наук, проф.

 С.С.Шляхова

Начальник управления образовательных программ
канд. техн. наук, доц.

 Д. С. Репецкий

1. Общие положения

1.1. Цель учебной дисциплины - формирование комплекса знаний, умений и навыков в области организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.

В процессе изучения данной дисциплины студент расширяет и углубляет следующие компетенции:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- **изучение** структуры, целей, функций, принципов деятельности отделов рекламы и связей с общественностью; основных черт их институционализации в современных условиях трансформации российского общества;
- **формирование умения** системно работать с информацией и ее источниками, первыми лицами, лидерами мнений, средствами массовой коммуникации, целевыми группами общественности;
- **формирование навыков** организации и проведения пресс-конференций, других публичных акций; подготовки и распространения пресс-релизов, имиджевых документов; работы по созданию корпоративных изданий, программ информационно-коммуникационной деятельности.

1.3. Предметом освоения дисциплины являются следующие объекты:

- деятельность корпоративных организационных структур (отделы по связям с общественностью);
- основные коммуникационные формы и методы их взаимодействия со СМИ, органами власти, населением, профсоюзами;
- профессиональная этика в работе сотрудников отделов по связям с общественностью.

1.4. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к *вариативной* части блока 1 Дисциплины (модули) и является *дисциплиной по выбору студентов* при освоении ОПОП по *профилю* «Связи с общественностью и реклама».

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить части указанных в пункте 1.1 компетенций и демонстрировать следующие результаты:

• **знать:**

- роль, функции, структуру и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти, местном самоуправлении, в хозяйствующих субъектах и общественных организациях;
- правовых и этических норм деятельности сотрудников отделов;
- основные принципы планирования и организации деятельности отделов по связям с общественностью.

• **уметь:**

- готовить текстовые и аудиовизуальные материалы для публикации в СМИ (аналитические записки, обзоры, выступления руководителей организаций);
- организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации;
- анализировать конкретные тексты с точки зрения решаемых организацией задач;

• **владеть:**

- навыками медиапланирования;
- навыками ситуационного анализа процессов в сфере связей с общественностью;
- навыками работы в команде и коммуникации в кросс-культурном пространстве.

В таблице 1.1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций, заявленных в пункте 1.1.

Таблица 1.1 – Дисциплины, направленные на формирование компетенций

Код	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общепрофессиональные компетенции			
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью	Основы теории и практики связей с общественностью, Учебная практика, Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности, мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью».	Основы медиапланирования
Профессиональные компетенции			
ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений) Производственная практика (практика по получению опыта профессиональной деятельности)	Пресс-служба. Основы менеджмента Основы маркетинга Преддипломная практика
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Основы теории и практики связей с общественностью. Имиджелогия.	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью). Информационные технологии управления. Религиоведение.

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

Учебная дисциплина обеспечивает формирование части компетенций ОПК-2, ПК-5,6.

2.1. Дисциплинарная карта компетенции ОПК-2

Код ОПК-2	Формулировка компетенции
	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью
Код	Формулировка дисциплинарной части компетенции
ОПК-2. Б1.ДВ.02.2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью

Требования к компонентному составу части компетенции ОПК-2

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
В результате освоения компетенции студент: Знает: ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 31 роль, функции, структуру и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти, местном самоуправлении, в хозяйствующих субъектах и общественных организациях; ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 32 правовые и этические нормы деятельности сотрудников отделов.	Лекции. Самостоятельная работа студентов по изучению теоретического материала.	Теоретические вопросы текущего контроля. Индивидуальное задание. Контрольная работа. Теоретический вопрос для зачета

Умеет: ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 У1 готовить текстовые и аудиовизуальные материалы для публикации в СМИ (аналитические записки, обзоры, выступления руководителей организаций); ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 У2 организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации.	Практические занятия.	Индивид. Задание. Контрольная работа. Практическое задание для зачета
Владеет: ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 В1 навыками медиапланирования; ОПК-2. Б1.ДВ.02.2 В2 навыками ситуационного анализа процессов в сфере связей с общественностью.	Практические занятия.	Задания для рубежных контрольных работ. Комплексное задание для зачета

2.2. Дисциплинарная карта компетенции ПК-5

Код	Формулировка компетенции
ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
Код	Формулировка дисциплинарной части компетенции
ПК-5Б1.ДВ.02.2	способностью работать в отделах рекламы и связей с общественностью

Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
Знает: ПК-5Б1.ДВ.02.1 3.1. модели прогнозирования медиа-рейтинга	Лекции. Самостоятельная работа студентов по изучению теоретического материала.	Теоретические вопросы текущего контроля. Индивид. Задание. Контрольная работа. Теоретический вопрос для зачета
Умеет: ПК-5Б1.ДВ.02.1 У.1. проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок) при проведении проектов	Практические занятия.	Индивид. Задание. Контрольная работа. Практическое задание для зачета
Владеет: ПК-5Б1.ДВ.02.1 В.1. навыками осуществления медиапланирования для проектов	Практические занятия.	Задания для рубежных контрольных работ. Комплексное задание для зачета

2.3. Дисциплинарная карта компетенции ПК-6

Код ПК-6	Формулировка компетенции
ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
Код	Формулировка дисциплинарной части компетенции
ПК-6. Б1.ДВ.02.2	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Требования к компонентному составу части компетенции ПК-6

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
В результате освоения компетенции студент: Знает: ПК-6. Б1.ДВ.02.2 31 роль, функции, структуру и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти, местном самоуправлении, в хозяйствующих субъектах и общественных организациях; ПК-6. Б1.ДВ.02.2 32 правовые и этические нормы деятельности сотрудников отделов.	Лекции. Самостоятельная работа студентов по изучению теоретического материала.	Теоретические вопросы текущего контроля. Индивид. Задание. Контрольная работа. Теоретический вопрос для зачета

Умеет: ПК-6. Б1.ДВ.02.2 У1 готовить текстовые и аудиовизуальные материалы для публикации в СМИ (аналитические записки, обзоры, выступления руководителей организаций); ПК-6. Б1.ДВ.02.2 У2 организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации.	Практические занятия.	Индивид. Задание. Контрольная работа. Практическое задание для зачета
Владеет: ПК-6. Б1.ДВ.02.2 В1 навыками медиапланирования; ПК-6. Б1.ДВ.02.2 В2 навыками ситуационного анализа процессов в сфере связей с общественностью.	Практические занятия.	Задания для рубежных контрольных работ. Комплексное задание для зачета

3. Структура учебной дисциплины по видам и формам учебной работы

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ. Количество часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся указано в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Объём и виды учебной работы

№ п.п.	Виды учебной работы	Трудоёмкость, ч	
		по семестрам	всего
1	2	3	5
1	Аудиторная (контактная работа)	28	28
	- лекции (Л)	7	7
	- практические занятия (ПЗ)	14	14
	- лабораторные работы (ЛР)		
2	Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
3	Самостоятельная работа студентов (СРС)	44	44
	- изучение теоретического материала	18	18
	- подготовка к практическим занятиям и лабораторным работам	18	18
	- подготовка отчетов по практическим занятиям	8	8
4	Итоговый контроль (промежуточная аттестация обучающихся) по дисциплине:	зачёт	
5	Трудоёмкость дисциплины, всего: в часах (ч) в зачётных единицах (ЗЕ)	72	72 2

4. Содержание учебной дисциплины

4.1. Модульный тематический план

Таблица 4.1 – Тематический план по модулям учебной дисциплины

Номер учеб- ного мо- дуля	Номер раздела дисци- плины	Номер темы дис- циплины	Количество часов и виды занятий (очная форма обу- чения)							Трудоём- кость, ч / ЗЕ
			аудиторная работа					проме- жуточ- ный контроль	само- стоя- тель- ная работа	
			всего	Л	ПЗ	ЛР	КСР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1		1	3	1	2	-	-		5	8
		2	4	2	2		-		4	8
		3	5	1	2	-	2		8	13
	Итого по модулю:		12	4	6		2		17	29
2	2	4	3	1	2		-		5	8

		5	3	1	2	-	-		5	8
		6	5	1	2	-	2		7	12
	Итого по модулю:		11	3	6		2		17	28
3		7	1	-	1	-	-		4	5
		8	4	-	1	-	3		6	10
	Итого по модулю:		5	-	2		3		10	15
Промежуточный контроль								зачет		
Всего:			28	7	14		7		44	71/2

4.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

Модуль 1. Место и роль отделов по связям с общественностью

Л - 4 ч., ПЗ - 6 ч., КСР - 2 ч., СРС - 17 ч.

Раздел 1. Место и роль отделов по связям с общественностью

Введение. Основные понятия, термины и определения. Предмет и задачи дисциплины.

Тема 1. Задачи отделов по связям с общественностью в области поддержки обще-корпоративной стратегии и тактики: понятие общекорпоративной стратегии и тактики; создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации; функциональный принцип построения отдела по связям с общественностью, типы и виды; направления работы; особенности деятельности отделов на промышленных предприятиях, в коммерческих структурах.

Тема 2. Виды отделов по связям с общественностью. Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по связям с общественностью: функциональный принцип построения отдела по связям с общественностью, типы и виды; исследовательский сегмент: качественные и количественные методы сбора и анализа информации; аналитический сегмент; мониторинг состояний информационной и индустриальной среды; тематический пресс-клиппинг и пресс-досье; производственный сегмент и его задачи.

Тема 3. PR-отдел в системе корпоративного менеджмента. Профессиограмма специалиста: взаимодействие с отделами рекламы, промоушн- акций, научных исследований, кадров, службой маркетинга и службой потребителей; профессиограмма специалиста отдела по связям с общественностью; особенности профессиональной подготовки сотрудников отдела; статус руководителя отдела по связям с общественностью в высшем эшелоне корпоративного руководства; формирование общественного мнения; место и роль социологических исследований в поддержке двусторонней связи.

Модуль 2. Формы и методы работы отделов по связям с общественностью

ЛК - 3 ч., ПЗ - 6 ч., КСР - 2 ч., СРС - 17 ч.

Раздел 2. Формы и методы работы отделов по связям с общественностью

Тема 4. Структура и принципы организации отделов по связям с общественностью', основные направления и задачи деятельности отделов по связям с общественностью; особенности организационных структур отделов в производственном и финансовом секторах, бизнес-структурах и др.; основные виды корпоративных PR-программ и PR-планов; расчет корпоративного PR-бюджета; редактирование информационных материалов и многотиражных газет; спичрайтинг.

Тема 5. Формы и методы работы отделов по связям с общественностью: экспертно-аналитическая и консультативно-методическая работа; планирование и координация коммуникационной политики; разработка и осуществление программ медиа-рилейшнз; создание информационного продукта; основные элементы корпоративного фирменного стиля; корпоративный имидж и имидж бренда; корпоративная идентификация; система обратной связи с персоналом; рекрутинговые компании в СМИ и специальные рекрутинговые акции; способы оценки эффективной работы отдела по связям с общественностью.

Тема 6. Разработка и реализация корпоративных мероприятий: организация мероприятий: пресс-конференции, брифинги, «круглые столы», интервью, заявлений для прессы; планирование работы отдела, создание пресс-центров; участие в подготовке годовых отчетов; практика создания пресс-релизов, информационных писем; взаимоотношения с корпоративными СМИ; проведение имиджевых мероприятий: презентаций, выставок, ярмарок; практика ведения корпоративных сайтов; организация внутрикорпоративных коммуникаций: Intranet и Extranet.

Модуль 3. Роль отделов по связям с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии

ЛК – 0 ч., ПЗ - 2 ч., КСР – 3 ч., СРС - 10 ч.

Раздел 3. Роль отделов по связям с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии

Тема 7. Корпоративная политика и стратегия. Работа с корпоративными документами: комментирование и интерпретация корпоративной политики; роль менеджера по связям со СМИ; подготовка и распространение основных корпоративных PR-документов; творческий сегмент отдела по связям с общественностью; создание литературной группы; участие в профессиональных объединениях журналистов; подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий; кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями; формирование отношений с инвесторами, акционерами, правительственными структурами.

Тема 8. Организация социально ответственного бизнеса в работе корпорации: корпоративное спонсорство, благотворительность и меценатство; виды корпоративного спонсорства; концепции «Корпоративной ответственности», «Корпоративный гражданин России»; система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии; организация тендерных конкурсов.

4.3. Перечень тем практических занятий

Таблица 4.2 – Темы практических занятий

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы практического занятия
1	2	3
1	Тема 1	Общекорпоративная стратегия и тактика. Формирование привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Функциональный принцип построения отдела по связям с общественностью, типы, виды и основные направления работы.
2	Тема 2	Исследовательский, аналитический и производственный сегменты отдела. Правовые и этические нормы деятельности сотрудников отдела.
3	Тема 3	Взаимодействие с другими отделами корпорации (рекламы, менеджмента, кадров, служба маркетинга). Профессиограмма специалиста отдела по связям с общественностью.
4	Тема 4	Особенности организационных структур отделов РиСОВ производственном и финансовом секторах, бизнес-структурах и др. Основные виды корпоративных PR-программ и PR-планов. Расчет корпоративного PR-бюджета. Редактирование информационных материалов и многотиражных газет. Спичрайтинг.
5	Тема 5	Экспертно-аналитическая и консультативно-методическая работа. Планирование и координация коммуникационной политики. Разработка и осуществление программ медиа-рейтинга. Создание информационного продукта. Информационный регламент. Способы оценки эффективной работы отдела по связям с общественностью.
6	Тема 6	Практика организации мероприятий: пресс-конференции, брифинги, круглые столы, интервью, заявлений для прессы. Планирование работы отдела по связям с общественностью. Практика создания и ведения корпоративных сайтов.
7	Тема 7	Корпоративная политика. Менеджер по связям со СМИ. Методы подготовки и распространения основных корпоративных PR- документов. Творческий сегмент отдела по связям с общественностью.

4.4. Перечень тем лабораторных работ

Не предусмотрено

5. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Изучение дисциплины осуществляется в течение **8-го** семестра, график изучения дисциплины приводится п.7.
5. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

5.1. Виды самостоятельной работы студентов

Таблица 5.1 – Виды самостоятельной работы студентов (СРС)

Номер темы дисциплины	Вид самостоятельной работы студентов	Трудоёмкость, часов
1	2	3
1	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям;	3 2
2	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям;	2 2
3	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям; подготовка отчётов по практическим занятиям	3 3 2
4	изучение теоретического материала; подготовка к практическим занятиям;	2 3
5	изучение теоретического материала; подготовка к практическим занятиям;	2 3
6	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям; подготовка отчётов по практическим занятиям	2 3 2
7	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям	2 2
8	изучение теоретического материала подготовка к практическим занятиям; подготовка отчётов по практическим занятиям	2 2 2
	Итого: в ч / в ЗЕ	44/2

4.5.1. Изучение теоретического материала

Тематика вопросов, изучаемых самостоятельно

Тема 5. Основные элементы корпоративного фирменного стиля. Корпоративный имидж и имидж бренда. Корпоративная идентификация. Система обратной связи с персоналом. Рекрутинговые компании в СМИ и специальные рекрутинговые акции.

Тема 7. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями. Формирование отношений с инвесторами, акционерами, правительственными структурами.

Тема 8. Виды корпоративного социально ответственного бизнеса. Концепции «Корпоративной ответственности», «Корпоративный гражданин России». Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии.

4.5.2 Курсовой проект (курсовая работа)

Курсовой проект не предусмотрен.

4.5.3. Реферат

Реферат не предусмотрен.

4.5.4. Расчетно-графические работы

Расчетно-графические работы не предусмотрены.

5.3. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем; отработка у обучающихся навыков взаимодействия в составе коллектива; закрепление основ теоретических знаний.

Проведение занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

6. Фонд оценочных средств дисциплины

6.1 Текущий контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Текущий контроль освоения дисциплинарных частей компетенций проводится в форме устного опроса и контрольных работ.

6.2. Рубежный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Рубежный контроль освоения дисциплинарных частей компетенций проводится по окончании разделов и модулей дисциплины в следующих формах:

- доклад (по модулям 1,2,3);
- индивидуальное задание (по модулям 1,2,3).

6.3. Итоговый (промежуточный) контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

1) Экзамен

Не предусмотрен

2) Зачет. Зачет выставляется по итогам текущего и рубежного контроля.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы оценки, критерии оценивания, перечень контрольных точек и таблица планирования результатов обучения, контрольные задания к экзамену, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины, входят в состав РПД в виде приложения.

6.4. Виды текущего, рубежного и промежуточного (итогового) контроля освоения элементов и частей компетенций

Таблица 6.1 - Виды контроля освоения элементов и частей компетенций

[illegible]

8. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

8.1 Карта обеспеченности дисциплины учебно-методической литературой

Б1.ДВ.02.2 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (индекс и полное название дисциплины)	Блок 1. Дисциплины (модули) (цикл дисциплины)
	☐ базовая часть цикла ☒ вариативная часть цикла ☐ обязательная ☒ по выбору студента
42.03.01 (код направления подготовки / специальности)	Реклама и связи с общественностью (полное название направления подготовки / специальности)
СО (аббревиатура направления / специальности)	Уровень подготовки: ☐ специалист ☒ бакалавр ☐ магистр Форма обучения: ☒ очная ☐ заочная ☐ очно-заочная
2016 (год утверждения учебного плана ОПОП)	Семестр(-ы): <u>8</u> Количество групп: <u>1</u> Количество студентов: <u>25</u>
<u>Невоструева А.Ф.</u> (фамилия, инициалы преподавателя) гуманитарный <u> </u> (факультет) <u>доцент</u> (должность)	
<u>Иностранные языки и связи с общественностью</u> (кафедра) <u>2-391-278</u> (контактная информация)	

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

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1 Основная литература		
1	Теория и практика связей с общественностью/А.В. Кочеткова и др. Изд- во ПИТЕР. СПб., 2006, 2008, 2009. - 233 с. Учебник для вузов	41
2	Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR Изд-во ПИТЕР. СПб., 2007. - 365 с.	3
3	Невоструева А.Ф. Современная пресс-служба: учебно-методический комплекс. Пермь: ПГТУ, 2011. - 68 с.	20
2 Дополнительная литература		
2.1 Учебные и научные издания		
1	Невоструева А.Ф. Паблик рилейшнз в системе социологического знания Изд-во Перм.гос.техн.ун-та, Пермь, 2010. - 258 с	5
2	Невоструева А.Ф. Современная пресс-служба Пермь: Изд-во Перм.гос.техн.ун- та, 2008.-261 с.	1
3	Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера,	4

	генезис, технологии, область применения, структура Изд-во Юрайт, М., 2009. - 721 с.	
* - 4	Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика/ под.ред. Л.В. Минаевой. - М.: Изд-во Аспект-пресс, 2006, 2008. - 287с. Учебное пособие	34
2.2 Периодические издания		
1		
2.3 Нормативно-технические издания		
2.4 Официальные издания		
2.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины		
1	Электронная библиотека Научной библиотеки Пермского национального исследова- тельного политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 за- писей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: http://elib.pstu.ru/ . – Загл. с экрана.	
2	Лань [Электронный ресурс : электрон.-библ. система : полнотекстовая база данных электрон. документов по гуманит., естеств., и техн. наукам] / Изд-во «Лань». – Санкт- Петербург : Лань, 2010- . – Режим доступа: http://e.lanbook.com/ . – Загл. с экрана.	
3	Консультант Плюс [Электронный ресурс : справочная правовая система : документы и комментарии : универсал. информ. ресурс]. – Версия Проф, сетевая. – Москва, 1992- . – Режим доступа: Компьютер. сеть Науч. б-ки Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, свободный	

Основные данные об обеспеченности на 27.10.2016г.

Основная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспечена

Дополнительная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспечена

Зав. отделом комплектования
научной библиотеки  Н.В. Тюрикова

Текущие данные об обеспеченности на _____
(дата контроля литературы)

Основная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспечена

Дополнительная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспечена

Зав. отделом комплектования
научной библиотеки _____ Н.В. Тюрикова

8.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.3.1. Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролирующие программы

Таблица 8.1 – Программы, используемые для обучения и контроля

№ п.п.	Вид учебного занятия	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	2	3	4	5

8.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.3.1. Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролирующие программы

Таблица 8.1 – Программы, используемые для обучения и контроля

№ п.п.	Вид учебного занятия	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	2	3	4	5

8.4. Аудио- и видео-пособия

Таблица 8.2 – Используемые аудио- и видео-пособия

Вид аудио-, видео-пособия				Наименование учебного пособия
теле-фильм	кино-фильм	слайды	аудио-пособие	
1	2	3	4	5

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

9.1 Специализированные лаборатории и классы

Таблица 9.1 – Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения			Площадь, м ²	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1	Аудитория с мультимедийным проектором и экраном с электроприводом	Кафедра ИЯ и СО	306 Корпус Г	19	16
2	Специализированная аудитория для интенсивного изучения иностранных языков и проведения тренингов с мультимедийным проектором	Кафедра ИЯ и СО	415 а корпус Г	20	18
3	Компьютерные классы с мультимедиа проекторами, интерактивными досками и современными компьютерами	Гуманитарный факультет	107,417, 410, 516 Корпус А		Не менее 15-20

9.2 Основное учебное оборудование

Таблица 9.2 – Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования (стенда, макета, плаката)	Кол-во, ед.	Форма приобретения / владения (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)	Номер аудитории
1	2	3	4	5
1	Мультимедийный проектор Epson MultiMediaProjector EB-825	2	Оперативное управление	306 Г, 415 а Г
2	Экран с электроприводом	1	Оперативное управление	306 Г
3	Маркерная доска	1	Оперативное управление	306 Г
4	Аудиомагнитола	6	Оперативное управление	

5	DVD-плеер	2	Оперативное управление	
6	Принтер –копир (МФУ)	2	Оперативное управление	
7	Ноутбук	4	Оперативное управление	
8	Стационарные компьютеры с подключением к сети интернет	5	Оперативное управление	304, 408, 307 Г
9	Сетевая беспроводная точка доступа (Wi-Fi)		Оперативное управление	
10	Сетевой коммутатор SNR-S2960-48J		Оперативное управление	

Лист регистрации изменений

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		