

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Иванова Елена Алексеевна, к.т.н., доцент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
--	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: сформировать у студентов теоретические представления и практические профессиональные навыки в области современных связей с общественностью и рекламы как научной деятельности, средства политики и отрасли бизнеса.

Задачи:

- сформировать представления о роли коммуникативных, управленческих и социальных знаний и концепций в связях с общественностью и рекламе
- сформировать представление о роли и значении служб по связям с общественностью и рекламных отделов в социально-экономическом и государственном управлении
- описать и сформировать представления об основных глобализационных трендах в области развития рекламы и связей с общественностью в контексте интегрированных маркетинговых коммуникаций
- интегрировать знания смежных отраслей коммуникативистики (социология СМИ, социологии коммуникации, основы теории коммуникации, теория и практика массовой информации, теория и практика связей с общественностью) в единое технологическое поле по формированию имиджей, строительства брендов, внутрикорпоративных коммуникаций, работы по формированию общественного мнения.
- обучить студентов навыкам работы на специализированной программе-симуляторе для разработки интерактивных коммуникационных моделей, индивидуальных технологий личностного и профессионального роста

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Теория и практика рекламы и связей с общественностью" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. История рекламы и связей с общественностью:

Знания: способы восприятия информации

Умения: ставить цели и выбирать пути их достижения

Навыки: навыком критического анализа текста в сфере рекламы и связей с общественностью

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

2.2.2. Интернет-маркетинг

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

5 зачетных единиц (180 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 4
Контактная работа	64	64,15
Аудиторные занятия (всего):	64	64
В том числе:		
лекции (Л)	32	32
практические (ПЗ) и семинарские (С)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	53	53
Экзамен (при наличии)	63	63
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	180	180
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	5.0	5.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	Раздел 1 Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе	4		1		4	9	
2	4	Раздел 2 Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе	4		8		7	19	
3	4	Раздел 3 Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе	6		1		1	8	
4	4	Раздел 4 Управление кризисными ситуациями	4				4	8	
5	4	Раздел 5 Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ Тест, Опрос	4		6		6	16	ПК1
6	4	Раздел 6 Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ	2		2		4	8	
7	4	Раздел 7 Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе	2		8		6	16	
8	4	Раздел 8 Исследования, планирование и программирование – основа	2		2		6	10	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/П	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		эффективных паблик рилейшнз и рекламных технологий							
9	4	Раздел 9 Связи с общественностью и реклама как средства формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов	2		2		5	9	
10	4	Раздел 10 Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации	2		2		10	14	
11	4	Экзамен						63	ЭК
12		Всего:	32		32		53	180	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	4	РАЗДЕЛ 1 Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе	Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе	1
2	4	РАЗДЕЛ 2 Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе	Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе	8
3	4	РАЗДЕЛ 3 Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе	Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе	1
4	4	РАЗДЕЛ 5 Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ	Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ	6
5	4	РАЗДЕЛ 6 Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ	Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ	2
6	4	РАЗДЕЛ 7 Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе	Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе	8
7	4	РАЗДЕЛ 8 Исследования, планирование и программирование – основа эффективных паблик рилейшнз и рекламных технологий	Исследования, планирование и программирование – основа эффективных паблик рилейшнз и рекламных технологий	2

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
8	4	РАЗДЕЛ 9 Связи с общественностью и реклама как средства формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов	Связи с общественностью и реклама как средства формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов	2
9	4	РАЗДЕЛ 10 Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации	Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации	2
ВСЕГО:				32/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

нет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	4	РАЗДЕЛ 1 Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе	Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе	4
2	4	РАЗДЕЛ 2 Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе	Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе	7
3	4	РАЗДЕЛ 3 Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе	Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе	1
4	4	РАЗДЕЛ 4 Управление кризисными ситуациями	Управление кризисными ситуациями	4
5	4	РАЗДЕЛ 5 Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ	Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ	6
6	4	РАЗДЕЛ 6 Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ	Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ	4
7	4	РАЗДЕЛ 7 Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе	Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе	6
8	4	РАЗДЕЛ 8 Исследования, планирование и программирование – основа эффективных паблик рилейшнз и рекламных технологий	Исследования, планирование и программирование – основа эффективных паблик рилейшнз и рекламных технологий	6
9	4	РАЗДЕЛ 9 Связи с общественностью и реклама как средства	Связи с общественностью и реклама как средства формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов	5

		формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов		
10	4	РАЗДЕЛ 10 Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации	Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации Тест, опрос	10
ВСЕГО:				53

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов	Душкина, М. Р.	Юрайт, 2020 ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448344	Все разделы
2	Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования	Поляков, В. А.	Юрайт, 2019 ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/430788	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Политические технологии: ПР и реклама: Учеб. пособие для вузов / Т.Э. Гринберг.	Гринберг Т. Э.	М.: Аспект Пресс, 2005. - 317 с., 2020 http://e.lanbook.com	1-4, с. 3-317.
4	Теория коммуникации	Почепцов Г. Г.	М.: Релф-бук, 2001. - 656 с., 2020 http://e.lanbook.com	1, 3, 4, с. 14-91.
5	Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. [Электронный ресурс] / Э.Т. Романычева, О.Г. Яцюк. — Электрон. дан.	Романычева Э.Т.	М.: ДМК Пресс, 2006. — 432 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/1102 , 2020 http://e.lanbook.com	1-4, с. 3-430.
6	Реклама. Новые технологии в России: учеб. пособие / О.А. Феофанов.	Феофанов О. А.	СПб.: Питер, 2003. - 384 с., 2020 http://e.lanbook.com	1-4, с.3-380.

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))
<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В качестве основной формы проведения практических занятий по учебной дисциплине рекомендуется заслушивание и обсуждение докладов, предварительно подготовленных студентами (как индивидуально, так и коллективно) в ходе самостоятельной работы. В качестве темы доклада может быть выбран вопрос к соответствующей теме практического занятия.

В ходе подготовки студента к практическому занятию. В библиотеке самостоятельно необходимо найти учебную и методическую литературу по вопросам дисциплины. В методических указаниях приведен библиографический список, включающий основную и дополнительную литературу.

В библиотеке студент может воспользоваться алфавитным, систематическим и электронным каталогами. Библиотечные каталоги раскрывают читателям фонд библиотеки. Важными справочными источниками по самостоятельной работе студентов являются справочные и энциклопедические издания, словари, где даны объяснения терминов. С проблемами поиска информации следует обращаться к библиографам библиотеки.

Для повышения эффективности самостоятельной работы рекомендуется делать конспекты. Конспектирование является одним из способов активизации познавательной деятельности студентов. Конспектирование - краткое письменное изложение содержания статьи, книги, доклада, лекции, включающее в себя в сжатой форме основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.п. Начиная конспектировать источник, необходимо записать фамилию автора, полное название работы, указать год и место издания. Рекомендуется отмечать в тексте конспекта страницы источника, чтобы можно было быстро отыскать нужное место в книге. Процесс работы над источниками подразделяется на два основных этапа: 1) знакомство с документом, произведением; 2) составление конспекта. На первом этапе необходимо: прочитать работу, уяснить смысл всего текста в целом; сделать для себя заметки о структуре изучаемой работы, определить основные положения и выводы; вторично прочитать работу, выделить основные мысли автора, проследить за их развитием в труде; обратить внимание на формы и методы

доказательств, которыми пользуется автор при разработке основных положений. На втором этапе необходимо: кратко, своими словами, изложить основное содержание материала соответственно главам или разделам произведения. В процессе конспектирования в авторской последовательности излагать основные положения работы; при освещении основных положений в конспекте должны быть отражены и авторские их обоснования. В конспекте необходимо привести наиболее яркие цифры и факты и т.д., внесенные автором труда для документального обоснования своих выводов и положений. Наиболее важные положения и выводы цитировать по источнику. Цитировать фрагмент произведения следует строго по источнику, не внося в цитату никаких изменений. Собственные мысли, возникшие в ходе изучения первоисточника, а также пометки другого рода, выносить на поля конспекта по мере работы над произведением. Конспект должен быть составлен с единой системой подчеркивания, отделением законченной мысли (абзаца) красной строкой.

Полезным будет владение программами Excel, Power Point, а так же умение обращаться с видео-, фото-, аудиотехникой.

Во вводной части семинарского занятия необходимо проверить наличие студентов и их готовность к семинарскому занятию, объявить тему, цели и учебные вопросы занятия. Далее следует предоставить слово соответствующему докладчику. Продолжительность доклада – 10-15 минут. После доклада рекомендуется предоставить возможность студентам задать вопросы докладчику, а при необходимости – внести свои добавления и уточнения, ответить на возникшие у аудитории вопросы. После этого следует провести разбор доклада и дать оценку докладчику (докладчикам), исходя из следующих критериев:

I. Оценка структуры доклада:

- наличие поставленной проблемы;
- логичность изложения;
- наличие необходимых структурных частей (вступление, основная часть, заключение) и их полнота;
- наличие анализа использованной литературы.

II. Оценка содержания доклада:

- соответствие содержания заявленной теме;
- полнота раскрытия поставленной проблемы;
- наличие примеров, многообразия концепций (отечественных и зарубежных);
- полнота аргументации и обоснованность выводов;
- наличие у докладчика собственной позиции по данной теме.

В заключительной части занятия следует отметить наиболее активных студентов, полноту и качество отработки учебных вопросов, степень достижения поставленных учебных целей. Затем необходимо дать студентам рекомендации по более полному и эффективному изучению вопросов и освоению доступного им массива литературы научного и публицистического профиля.