

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

**Программа бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Кафедра связей с общественностью**

Очная форма обучения 4 семестр

<u>Базовый модуль</u>					
№ занятия	Посещаемость /балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
1.	1	Лекция № 1. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью.		1	
2.	1	Лекция № 2. Должностное и штатное расписание отдела Р и СО. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 1	5/8	11	4
3.	1	Лекция № 3. Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.		12	
4.	1	Лекция № 4. Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 2	5/8	21	4
5.	1	Лекция № 5. Этика и профессиональные стандарты PR.		22	
6.	1	Лекция № 6. Особенности работы отдела рекламы и СО в организациях разного типа. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 3	5/8	31	4
7.		Семинар № 1. Системно-функциональный подход к организации отдела рекламы и СО.			
8.		Семинар № 2. Особенности PR-стратегий для организаций разных типов.			
9.	1	Семинар № 3. Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 4	5/8	40	4
10.		Семинар № 4. Содержание профессиональной деятельности PR-специалистов.			

11.		Семинар № 5. Специализированные PR-фирмы: их деятельность и специфика.			
12.	1	Семинар № 6. Этика PR-специалиста. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 5	5/8	49	4
13.	1	Семинар № 7. Создание PR-службы.		50	
1 Рубежный контроль			5/10	60	2
14.	1	Семинар № 8. Решение заданной ситуации по теме: «PR-службы в коммерческой структуре (перечень должностей и отделов, их функции)».			
2 Рубежный контроль (УМУ) - тестирование			5/10	70	2
Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	100	20
Итоговая сумма баллов за семестр			50/100	100	44
Дополнительный модуль Очная форма, семестр 4					
№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов		
1.	по расписанию преподавателя	Лекция № 1. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью.	10		
2.	по расписанию преподавателя	Лекция № 2. Должностное и штатное расписание отдела Р и СО.	10		
3.	по расписанию преподавателя	Лекция № 3. Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	10		
4.	по расписанию преподавателя	Лекция № 4. Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации.	10		
5.	по расписанию преподавателя	Лекция № 5. Этика и профессиональные стандарты PR.	5		
6.	по расписанию преподавателя	Лекция № 6. Особенности работы отдела рекламы и СО в организациях разного типа.	5		
Итого				50	

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

**Программа бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Кафедра связей с общественностью**

Очная форма обучения 5 семестр

<u>Базовый модуль</u>					
№ занятия	Посещаемость /балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
1.	1	Лекция № 7. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом.		1	
2.	1	Лекция № 8. Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 1	5/8	11	4
3.	1	Лекция № 9. Роль менеджера по связям со СМИ.		12	
4.	1	Лекция № 10. Виды специальных мероприятий. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 2	5/8	21	4
5.	1	Лекция № 11. Сущность антикризисного менеджмента.		22	
6.	1	Лекция № 12. Критерии и методы оценки эффективности. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 3	5/8	31	4
7.		Семинар № 9. Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации.			
8.		Семинар № 10. Особенности работы отдела рекламы и СО в организациях разного типа.			
9.	1	Семинар № 11. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 4	5/8	40	4

10.		Семинар № 12. Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО.			
11.		Семинар № 13. Формальные (заказные) и вторичные виды исследования.			
12.	1	Семинар № 14. Роль менеджера по связям со СМИ. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 5	5/8	49	4
13.	1	Семинар № 15. Виды специальных мероприятий.		50	
1 Рубежный контроль			5/10	60	2
14.	1	Семинар № 16. Критерии и методы оценки эффективности			
2 Рубежный контроль (УМУ) - тестирование			5/10	70	2
Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	100	20
Итоговая сумма баллов за семестр			50/100	100	44
Дополнительный модуль Очная форма, семестр 5					
№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов		
1.	по расписанию преподавателя	Лекция № 7. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом.	10		
2	по расписанию преподавателя	Лекция № 8. Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО.	10		
3.	по расписанию преподавателя	Лекция № 9. Роль менеджера по связям со СМИ.	10		
4.	по расписанию преподавателя	Лекция № 10. Виды специальных мероприятий.	5		
5.	по расписанию преподавателя	Лекция № 11. Сущность антикризисного менеджмента.	5		
6.	по расписанию преподавателя	Лекция № 12. Критерии и методы оценки эффективности.	10		
Итого				50	