

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**

Заочная форма обучения 6 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	6
2.	1	Лекция № 2. Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 1	5/15	17	6
3.	1	Семинар № 1. Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.		18	6
4.	1	Семинар № 2. Специализированные PR-фирмы: их деятельность и специфика. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 2	5/15	34	6
5.	1	Семинар № 3. Этика PR-специалиста. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 3	5/15	50	6
6.		Семинар № 4. Создание PR-службы.			6
1 Рубежный контроль – тест (аудиторный)			5/20	70	4
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	60

Дополнительный модуль
Заочная форма, семестр 6

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1.	по расписанию преподавателя	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью.	10
2.	по расписанию преподавателя	Должностное и штатное расписание отдела Р и СО.	10
3.	по расписанию преподавателя	Основные этапы планирования деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.	10
4.	по расписанию преподавателя	Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации.	10
5.	по расписанию преподавателя	Этика и профессиональные стандарты PR.	10
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**

Заочная форма обучения 7 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 № 3. Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО.		1	6
2.	1	Лекция № 4. Критерии и методы оценки эффективности. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 1	5/15	17	6
3	1	Семинар № 5. Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации.		18	6
4.	1	Семинар № 6. Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 2	5/15	34	6
5.	1	Семинар № 7. Роль менеджера по связям со СМИ. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ - 3	5/15	50	6
6.		Семинар № 8. Критерии и методы оценки эффективности.			6
<u>1 Рубежный контроль</u> – тест (аудиторный)			5/20	70	4
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	60
Дополнительный модуль Заочная форма, семестр 7					

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1.	по расписанию преподавателя	Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО.	10
2.	по расписанию преподавателя	Критерии и методы оценки эффективности.	10
3.	по расписанию преподавателя	Взаимодействие отдела рекламы и СО со средствами массовой информации.	10
4.	по расписанию преподавателя	Исследовательский и аналитический сегмент в отделе рекламы и СО.	10
5.	по расписанию преподавателя	Критерии и методы оценки эффективности.	10
Итого			50