

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
PR- ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
 24 06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Авторы-разработчики:
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург 2021

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов комплекса знаний, умений, навыков и компетенций в области проектирования и организации PR кампаний для различных организаций и личных брендов, политических партий.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание процесса проектной деятельности в PR.
- выработать практические навыки проектирования и организации PR кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «PR-проектирование» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 5 семестре, объем дисциплины -144 ак. часов, 4 зачетные единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Основы проектной деятельности», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовой коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Интернет-ресурсы и поисковые системы», относящиеся к обязательной части ОПОП.

Знания, полученные при изучении дисциплины «PR-проектирование» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в Профессионально-творческой и Преддипломной практиках.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3), ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3)

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-5. Способен определять способы и порядок осуществления	ПК-5.1 Использует методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления	Знать основные категории и этапы PR проекта Уметь разрабатывать и осуществлять PR проекты, используя методы проектной деятельности

коммуникационных проектов и мероприятий	коммуникационных проектов и мероприятий	Владеть навыками разработки и осуществления PR проектов
	ПК-5.2 Разрабатывает и обосновывает способы и порядок достижения целей коммуникационных проектов	Знать основные показатели достижения целей проекта Уметь разрабатывать цели PR проекта и способы их достижения Владеть методами достижения целей PR проекта
	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг и контроль выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий	Знать основные методы оценки развития коммуникационных проектов и мероприятий Уметь осуществлять мониторинг и контроль в рамках реализации PR проекта Владеть методами применяемыми в проектной деятельности для контроля реализации PR проектов
ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов	ПК-6.1 Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий	Знать стандарты и руководство по управлению проектами Уметь применять знания по управлению проектами для разработки PR проектов Владеть навыками разработки PR проектов
	ПК-6.2 При разработке коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний	Знать типовые алгоритмы разработки PR проектов Уметь использовать типовые алгоритмы разработки PR проектов Владеть навыками разработки PR проектов используя типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний
	ПК-6.3. Осуществляет отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологий и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов	Знать современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты Уметь использовать в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты Владеть навыками PR проектирования с применением современных информационно-коммуникационных технологий, технических средств, интернет-технологий и специализированных программных продуктов

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетных единицы

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	56
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	88
в том числе:	
курсовая работа	22
контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

4.2. Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 6	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	индикаторы достижений
			Лекции	Семинар	Самост.			
1	Тема 1. Понятие проекта и проектной деятельности	6	2	2	3	Доклады, сообщения	ПК-5. ПК-6.	ПК-5.1 ПК-5.3 ПК-6.1 ПК-6.3.
2	Тема 2. Составляющие и характеристики проекта	6	4	4	7	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5.1 ПК-6.1
3	Тема 3. Среда управления проектами	6	4	4	5	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5.1 ПК-5.3 ПК-6.3.

4	Тема 4. Процессы и функции управления проектами	6	4	4	5	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5.3 ПК-6.3.
5	Тема 5. Определения и структура PR-проекта	6	2	2	5	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-6. 1 ПК-6.2
6	Тема 6. Специфика PR-проектирования	6	2	2	5	Доклады, сообщения , задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5. 2 ПК-6. 1 ПК-6.2 ПК-6.3.
7	Тема 7. Ресурсы PR-проекта	6	2	2	5	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5.3 ПК-6. 1 ПК-6.2 ПК-6.3.
8	Тема 8. Методы исследования в PR-проекте	6	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5. 2 ПК-6.3.
9	Тема 9. Этапы проектирования PR кампаний	6	2	2	5	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5. 2 ПК-5.3 ПК-6. 1 ПК-6.2 ПК-6.3.
10	Тема 10. Социально–культурные проекты	6	4	4	8	Доклады, сообщения задания	ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5. 2 ПК-5.3 ПК-6. 1 ПК-6.2
	Курсовая работа				22		ПК-5. ПК-6.	ПК-5. 1 ПК-5. 2 ПК-5.3 ПК-6. 1 ПК-6.2
	итого		28	28	88			

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие проект и проектная деятельность

Понятие проекта. Термин «управление проектами». Факторы, способствующие развитию проектной деятельности. История развития управления проектами. Институализация проектной деятельности. Профессиональные организации управления проектами. Свод знаний по

управлению проектами (руководство РМВоК) Опыт России и Советского союза в развитии проектного управления.

Тема 2. Составляющие и характеристики проекта

Признаки проекта. Классификация проектов. Проект как управление изменениями. Субъекты и объекты управления. Цели проекта: генеральная (миссия), необходимые, желаемые.

Тема 3. Среда управления проектами

Факторы среды. Организационная культура как фактор среды. Многокультурная компетентность руководителя проекта. Организационная структура - фактор среды предприятия. Заинтересованные стороны и руководство проектом. Команда проекта.

Тема 4. Процессы и функции управления проектами

Группы процессов управления проектом: инициация, разработка и планирование, исполнение, мониторинг и контроль, завершение. Функций управления проектами: управление замыслом проекта, предметной областью, проектом по временным параметрам, стоимостью и финансированием проекта, управление качеством, рисками, человеческими и материальными ресурсами, изменениями, безопасностью.

Тема 5. Определения и структура PR-проекта

Понятие PR-проекта. Признаки PR-проекта. Фазы PR-проекта: инициирование/концептуальная фаза, планирование, исполнение, завершение. Структурирование проекта и ресурсный анализ. Цели структурирования проекта. PR-кампания и виды коммуникационных проектов.

Тема 6. Специфика PR-проектирования

Группы целей в PR-планировании: цели влияния и цели выхода. Типовая структура PR- проекта. Исследование объекта и предмета проекта. Структура исследования. Идея-концепция PR-проекта. Задачи PR-проекта. Целевые группы PR-проекта. Мониторинг и контроль проекта.

Тема 7. Ресурсы PR-проекта

Ресурсное обеспечение проекта. План-график PR-проекта. Бюджет PR-проекта. Медиаплан PR-проекта. Определение характера и объема затрат.

Выявление и привлечение необходимых для решения проектных задач ресурсов – финансовых, информационных, кадровых, технологических,

ценностных; социальных, маркетинговых; определение социальных сил поддержки.

Тема 8. Методы исследования в PR-проекте

Контент-анализ. Базовые процедуры контент-анализа. Качественный и количественный контент-анализ. Структура контент-анализа. Ассоциативный метод исследования. Структура ассоциативного метода исследования.

Тема 9. Этапы проектирования PR кампаний.

Анализ ситуации. Структура и масштаб анализируемой ситуации. Определение и характеристика аудитории проекта. Основные параметры характеристики аудитории проекта: проблемы, носителем которых является данная общность; социально-культурные особенности (ценности, нравы, обычаи, традиции); ресурсы, доступные целевым и контактным группам, которые можно задействовать в ходе реализации проекта. Целеполагание. Инструментальное оснащение проекта. Форма. Средства. Методы.

Тема 10. Социально-культурные проекты

Этапы разработки социального проекта. Проблемы социального проектирования. Приоритеты и проблемы культурного проектирования.

Праздник как социальное явление и форма коммуникации. Структура проекта праздника.

4.4. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов	
Тема 1.	История развития управления проектами. Цели и миссия проекта.	2	
Тема 2.	Проект как управление изменениями. Руководство РМВоК.	4	
Тема 3.	Факторы среды: организационная культура, структура организации. Заинтересованные стороны проекта и их влияние на достижение целей проекта	4	
Тема 4.	Группы процессов управления проектом. Фазы PR-проекта.	4	
Тема 5.	Структурирование проекта и ресурсный анализ.	2	

Тема 6.	Типовая структура PR- проекта. Разработка концепции проекта.	2	
Тема 7.	Ресурсное обеспечение проекта. План-график PR-проекта.	2	
Тема 8	Паблицитный капитал компании	2	
Тема 9	Социально–культурные особенности PR-проекта	2	
Тема 10.	PR- проект для НКО. Праздник как социальное явление и форма коммуникации	4	

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций, темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (конспект лекций, методические указания по самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ и на платформе moodle: <http://moodle.rshu.ru/course/view.php?id=558>

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале.

Максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100;
максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;
максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;
максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;
максимальное количество дополнительных баллов - 10

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен, курсовая работа.

Форма проведения экзамена – устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-5, ПК-6.

Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине

ПК-5, (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3), ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3)

1. Определение проекта. Различие в формулировках определения.
2. Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к PR-проектам.
3. Основные участники проекта и их функции. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.
4. Признаки классификации проектов.
5. Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в PR.
6. Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.
7. Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.
8. Понятие об устойчивости проекта.
9. Классификация проектных рисков. Методы управления рисками.
10. Коллективная генерация идей в управлении PR проектами.
11. Эволюция методических подходов к PR проектированию.
12. Тактика работы со СМИ в PR проектах.
13. Креативные основы PR проектирования.
14. Бюджетное финансирование проектов.
15. Основные организационные структуры управления проектами.
16. Типы конфликтов в PR проектах.
17. Методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных конфликтов.
18. Первые PR-проекты. История создания.
19. Формы и сферы применения социологических исследований в PR проектах.
20. Организация управления проектами по принципу независимых команд.
21. Календарное планирование бюджета и ресурсов проекта с использованием сетевых методов.
22. Матричная структура управления PR-проектами.
23. Основные принципы построения эффективной системы контроля.
24. Процессы, входящие в управление информационными связями.
25. Понятие PR-проекта, основные черты и признаки.
26. Проблема классификации PR- проектов.
27. Этапы создания и проведения PR - проекта.

28. Коммуникативные технологии в PR - проекте, сущность и основные черты и функции.
29. Возможные эффекты PR - проекта.
30. Проблема оценки эффективности PR - проектов.
31. Специальные мероприятия в PR - проектировании.
32. PR- проект в коммерческой сфере: сущность и основные черты и функции.
33. PR-проект в политической сфере: сущность и основные черты и функции
34. PR-проект в сфере государственного управления: сущность и основные черты и функции.
35. PR-проект в социальной сфере: сущность и основные черты и функции.
36. PR- проект в сфере поддержки религиозных организаций: сущность и основные черты и функции.
37. PR- проект в сфере туризма: сущность и основные черты и функции.
38. PR- проект в сфере спорта: сущность и основные черты и функции.
39. PR- проект в сфере Интернет пространства: сущность и основные черты и функции.
40. PR-проект в экологической сфере: сущность и основные черты и функции.
41. Роль и место media relations в PR- проектировании
42. Новые и не традиционные PR – проекты: сущность, специфика и место реализации.
43. Проблема мифов и мифотворчества в PR- проектировании.
44. Проблема поиска целевых аудиторий PR- проекта.
45. Первичные и вторичные аудитории PR- проекта.
46. Смета и бюджет PR - проекта.
47. Антикризисный PR- проект: сущность и основные черты.
48. Специфика PR проектирования в современной России.
49. Проблемы и перспективы развития PR деятельности и PR проектирования.
50. Оценка эффективности PR- проекта.

Курсовая работа

Перечень тем и критерии оценивания курсовой работы представлены в Фонде оценочных средств. Методика выполнения курсовой работы представлена в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «PR-проектирование».

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	Баллы
Отлично	80 -100
Хорошо	65-79
Удовлетворительно	40-64
Неудовлетворительно	0-39

Балльная шкала итоговой оценки курсовой работы

Оценка	Баллы
Отлично	85-100
Хорошо	65-84
Удовлетворительно	40-64
Неудовлетворительно	0-39

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «PR-проектирование».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с
2. Организация проектной деятельности: Учебное пособие / Михалки-

на Е.В., Никитаева А.Ю., Косолапова Н.А. - Ростов-на-Дону:Издательство ЮФУ, 2016. - 146 с.: ISBN 978-5-9275-1988-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/989958>

3. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 В

доступе:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>

4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с.

5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с.

б) Дополнительная литература:

1. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391>

2. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). - Пятое издание.

3. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872862>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
2. office 2010 49671955 01.02.2012
3. электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>) и др.
4. Специализированные информационные сайты и профессиональные СМИ:
5. информационный портал www.Adme.ru
6. информационный портал www.Advertology.ru
7. АКАР - <http://www.akarussia.ru/>
8. АКМР - <http://corpmedia.ru/>
9. АБКР - <http://www.russianbranding.ru/>
- 10.Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA):
- 11.www.ipranet.ru

12. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru
13. Перечень информационных справочных систем
14. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
15. <http://www.garant.ru/> - Гарант
16. Перечень профессиональных баз данных
17. Электронно-библиотечная система eLibrary
18. База данных издательства SpringerNature
19. База данных Web of Science
20. База данных Scopus

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития,

индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.