

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет

Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.1.Основы журналистики и PR

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 39.03.03 – Организация работы с
молодежью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Организация работы с молодежью (для работы 2014, 2015)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

знакомство студентов с азами теории журналистики, основными регуляторами журналистской деятельности; формирование системы знаний о связях с общественностью как сфере деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- содействовать формированию информационной культуры учащихся;
- формировать начальные профессиональные знания в области журналистики и PR;
- развивать навыки прямой и опосредованной коммуникации;
- формировать качества социально активной личности, необходимые для успешной коммуникации;
- способствовать формированию адекватной самооценки учащихся.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Основы журналистики и PR» входит в состав модуля «Вариативная часть. Дисциплины по выбору». Дисциплина изучается в 8 семестре, на 4 курсе.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	8 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	72	72
лекционные (ЛК)	36	36
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	36	36
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-5	способность выявлять проблемы в молодежной среде и вырабатывать их организационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи, умением организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными средствами массовой информации.
ПК-11	владение навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: Специфику, цели и функции рекламной и PR-деятельности как информационно-коммуникационной сферы. Разновидности целевых и ключевых аудиторий признаки, свойства и функции имиджа. Этапы и специфику управления информации в СМИ.
	Стандартный: Основные этапы формирования и развития рекламы и PR в России, США и странах Европы. Особенности этического и правового регулирования журналистики и PR.
	Эталонный: Этапы и специфику управления информации СМИ Этапы организации и проведения коммуникационной кампании. Виды информационных и презентационных мероприятий.
	Пороговый: Выявлять характерные черты информационного общества, массовых коммуникаций, критерии информационной безопасности, а также правовые и этические аспекты оперирования информацией Выявлять экономическую и коммуникативную эффективность рекламного обращения.

	Результат обучения
Уметь	Стандартный: Осуществлять компаративный анализ информации, поступающей из различных источников Применять формы интерактивного общения к целевыми аудиториями и СМИ Характеризовать журналистов как «ключевую» аудиторию.
	Эталонный: Характеризовать сферы PR. Характеризовать тенденции развития рекламы в России и за рубежом.
Владеть	Пороговый: Технологиями работы с информацией, поступающей из различных источников Навыками организации и проведения мероприятий Базовыми навыками взаимодействия с ключевыми аудиториями
	Стандартный: Практическими навыками создания журналистских публикаций рекламной и PR-направленности.
	Эталонный: Навыками анализа информационных и реляционных материалы для СМИ.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Журналистика и PR: сравнительный анализ	26	8	10	0	8
2	2	Пиар-кампании: организация и проведение	26	8	10	0	8
3	3	Информация и её значение для функционирования связей с общественностью	28	10	8	0	10
4	4	Медиа-аналитика и имидж организации	28	10	8	0	10
Итого			108	36	36	0	36

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Журналистика как сфера профессиональной деятельности История возникновения и развития PR PR-деятельность и журналистика: взаимосвязи и различия Место и значение журналистской профессии в обществе. Социальные и профессиональные роли журналиста.
2	2	Основные характеристики PR-кампаний Коммерческий и политический PR Пресс-служба как инструмент взаимодействия со СМИ Профессиональная этика журналиста
3	3	Понятие общественного мнения и его основные разновидности. Типы средств массовой информации и их влияние на общественное мнение. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. Проблемы и методы изучения общественного мнения. Профессиональные ассоциации и стандарты. Службы PR, консультации и агентства PR.
4	4	Корпоративный медиа–имидж: технологии формирования Жизненный цикл, цели, стратегии и команда PR-проекта Организация конференции и круглого стола: общее и особенное Особенности связей с общественностью в государственных структурах Связи с общественностью в некоммерческих организациях

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Доклады: 1 . Управление связями с общественностью корпорации. 2. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью. 3. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению. 4. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. 5. Сущность и основные цели рекламы. 6. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью. 7. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью. 8. Обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью. 9. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса 10. Формирование корпоративной этики. 11. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности. 12. Направления благотворительной деятельности. 13. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. 14. Организация рекламной кампании. 15. Яркая идея, воплощенная в слогане. 16. Сравнение эффективности предвыборных действий. 17. Административные способы ограничения свободы слова. 18. Типы средств массовой информации и их влияние на общественное мнение. 19. Работа специалиста по PR с чиновниками. 20. Система связей власти с общественностью. 21. Понятие общественного мнения и его основные разновидности. 22. Структура и функции общественного мнения. 23. Предмет теории общественного мнения. 24. Проблемы и методы изучения общественного мнения. 25. Использование общественного мнения. 26. Формирование общественного мнения. 27. Профессиональные ассоциации и стандарты. Службы PR, консультации и агентства PR. 28. Перспективы развития практики PR.
2	2	Доклады: 1. Системная модель социальной коммуникации 2. Развитие рынка PR-услуг: от пресс-агентства к корпоративному консалтингу 3. PR как профессия и общественный институт: отрасли и этапы их становления 4. Международные стандарты качества PR – услуг 5. Профессиональный этос и объединения 6. Типы общественных резонансов и их возможные последствия 7. Управление общественным мнением: возможности и ограничения 8. СМИ, их роль в организации общественного мнения 9. Целевые группы во внешней среде фирмы, их поведенческие и коммуникативные особенности 10. Экономика и интересы редакций СМИ: «Серый Пиар»? 11. Корпоративный медиа – имидж: технологии формирования 12. Информационный повод, инсценировка, "монтаж" 13. Жизненный цикл, цели, стратегии и команда PR- проекта 14. Планирование, координация и контроль за ходом PR-проекта

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
3	3	Доклады: 1. Технологии и инструментарий реализации задач проекта 2. "Возвышение" имиджа и "отстройка" от конкурента 3. Манипулятивные техники в ПР – практике 4. Миссия и видение как декларирование корпоративного гражданства организации 5. Публичное выступление: риторические приемы и стратегии речевого поведения 6. Организация конференции и круглого стола: общее и особенное 7. Корпоративное представительство на выставках (ярмарках) 8. Церемонии, визиты, дни открытых дверей - имиджевые эффекты 9. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со СМИ 10. Особенности связей с общественностью в государственных структурах 11. Поддержание контактов с общественными организациями 12. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами 13. Особенности ПР-технологий в маркетинге 14. Спонсорство и благотворительность – сходства и различия 15. Принципы разработки антикризисной коммуникативной политики 16. Связи с общественностью в некоммерческих организациях
4	4	Доклады с презентацией: 1. Сущность и принципы связей с общественностью. 2. Управление связями с общественностью на предприятии (организации). 3. Предмет, структура и основные функции общественных отношений. 4. Презентации, их цели и особенности проведения. 5. Конференции, их виды и правила подготовки. 6. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью. 7. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению. 8. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. 9. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью. 10. Ответственность за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, ее незаконное получение и использование. 11. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях. 12. Профилактика возникновения кризисных ситуаций при установлении связей с общественностью. 13. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса. 14. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых. предпринимателей. 15. Организация избирательных кампаний. 16. Налоговые льготы для предприятий, занимающихся благотворительной деятельностью. 17. Направления благотворительной деятельности. 18. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности. 19. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. 20. Правовое обеспечение выборов. 21. Правила общения с избирателями. 22. Черный PR. 23. Специфика PR в предвыборной кампании. 24. Предвыборная работа с электоратом. 25. Современные способы цензуры. 26. PR в органах власти. 27. Работа специалиста по PR с чиновниками. 28. Пресс-служба в органах власти. 29. Понятие общественного мнения и его основные разновидности. 30. Структура общественного мнения. 31. Функции общественного мнения. 32. Предмет теории общественного мнения. 33. Проблемы и методы изучения общественного мнения. 34. Закономерности общественного мнения. 35. Использование общественного мнения. 36. PR как профессия. 37. Службы PR, консультации и агентства PR. 38. Перспективы развития практики PR.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	История и становление науки о связях с общественностью и основы журналистики	Доклад
2	2	Пиар-кампании: организация и проведение	Доклад
3	3	Информация и её значение для функционирования связей с общественностью	Доклад
4	4	Медиа-аналитика и имидж организации	Презентация

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	практика	доклад с презентацией	2
2	2	практика	доклад с презентацией	2
3	3	лекция	лекция с элементами дискуссии	2
4	4	практика	доклад с презентацией	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник / С.Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 318 с.
2. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для вузов / А.Н. Чумиков.– 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2008. – 560с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Свитич, Л.Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика: учебник и практикум / Л.Г. Свитич. – 2-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 205 с.
2. Енина, Л.В. Практика журналистского общения: учебное пособие / Л.В. Енина. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 75 с.
3. Бобров, А.А. Основы журналистской деятельности: учебное пособие / А.А. Бобров. – 2-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 343 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Мельник, Г.С. Основы творческой деятельности журналиста: учебное пособие / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – СПб. : Питер, 2009. – 272 с.
2. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2010. – 205 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики: учебник и практикум / Е.В. Ахмадулин. – 2-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 358 с.
2. Свитич, Л.Г. Социология журналистики: учебник/ Л.Г. Свитич. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 397 с.
3. Шостак, М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум / М.И. Шостак. – 2-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 237 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому студенту предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система elibrary»; «Электронная библиотека диссертаций»).

1. Официальный сайт факультета социологии Российского государственного социального университета www.socio.rgsu.net
2. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
3. Сайт журнала «Вестник образования России» <http://www.wise-gatar.org>
4. Электронная библиотека института ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании (ИИТО) [http:// www.windows.edu.ru](http://www.windows.edu.ru)
5. Мир словарей. Коллекция словарей и энциклопедий www.sinncom.ru
6. Рубрикон – энциклопедический портал. www.eidos.ru/journal/
7. Словарь методических терминов http://slovari.gramota.ru/portal_sl.html?d=azimov

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-318.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной

аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-414.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-419.

Компьютерный класс.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК – 30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

При подготовке к семинару

- Внимательно прочитайте вопросы к занятию;
- Определите, какая литература у вас есть, какую необходимо подобрать в учебных кабинетах или в библиотеке;
- Прочитайте материалы учебника, просмотрите дополнительные материалы, текст лекции, сделайте необходимые записи;
- Пронумеруйте пункты плана, выписки, сделанные на листочках или карточках;
- Выписывайте фамилию автора, его инициалы, название работы, место и год издания, том, номера страниц, с которых берутся цитаты;
- В процессе изучения литературы найдите в словарях незнакомые слова и понятия, выпишите определения понятий;
- Проверьте, ко всем ли вопросам Вы готовы;
- Отметьте на полях конспекта и выписок все спорные вопросы, чтобы разрешить их на семинаре.

При подготовке к устному сообщению на практическом занятии или семинаре

- Внимательно прочитайте все свои выписки и конспекты по заданному вопросу;
- Выделите основные теоретические положения, ведущие идеи, подберите к ним соответствующие примеры и факты;
- Наметьте логическую последовательность их изложения;
- Четко определите при доказательстве той или иной идеи тезис и аргументы, установите смысловую связь между ними;
- Продумывая ответ, определите способ изложения, используйте аналогии, проводите параллели, сравнивайте события, факты, опирайтесь на опыт;
- Выступайте кратко, четко, интересно. Заканчивайте свой ответ кратким обобщением, выводом, Постарайтесь уложиться в отведенное время;
- Проанализируйте эффективность своей работы.

Рекомендации по выполнению тестовых заданий и терминологических диктантов

Тестовые задания

1. Знание социологических понятий и терминов – основа социологической грамотности и культуры социолога.
2. Необходимо помнить, что тестовые задания предназначены для итоговой и тематической проверки знаний по социологии.
3. Выполняйте задания в предложенной последовательности, внимательно прочитав указания.

4. Не задерживайтесь слишком долго на одном задании. Если затрудняетесь выполнить задание, переходите к следующему.
5. Прежде чем сдать работу преподавателю, проверьте ответы.

Разработчик/группа разработчиков: Артюшенкова Елена Владимировна, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**