



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

КГЭУ

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО  
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ  
Протокол №7 от 19.03.2024

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института Цифровых технологий и  
экономики

\_\_\_\_\_ Ю.В. Торкунова

«26» октября 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-отдел коммерческой организации

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512).

Программу разработала:

доцент, канд. фил. н \_\_\_\_\_ Федорова Ж.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика Философия и медиакоммуникации, протокол № 14 от от 21.10.2020.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры Философия и медиакоммуникации, протокол № 14 от 21.10.2020.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020.

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики  
\_\_\_\_\_ /Косулин В.В/

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 2 от 26.10.2020.

\_\_\_\_\_

## 1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью дисциплины является подготовка специалиста, владеющего знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью.

Задачи:

- изучение организационных основ деятельности PR-отдела;
- изучение роли и функций PR-отдела в системе менеджмента организации;
- формирование задач и принципов функционирования PR-отдела;
- формирования умения планировать работу PR-отдела и составлять бюджет;
- изучение практических особенностей функционирования PR-отдела в коммерческих организациях.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<i>Знать:</i> 31 принципы корпоративной культуры организации; 32 основные инструменты внутренних коммуникаций <i>Уметь:</i> У1 работать с большими объемами информации маркетингового и рекламного характера <i>Владеть:</i> В1 инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия со внутренними аудиториями

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина PR-отдел коммерческой организации относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
УК-2 УК-3 ОПК-1 ОПК-4	Организация и проведение рекламных и рг-кампаний	
ПК-1 ПК-2	Медиакоммуникации в коммерческой сфере	
ПК-1 ПК-2		Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и механизмы PR-кампаний

Уметь:

- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности

Владеть:

- базовыми навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 42 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 16 час., занятия семинарского типа (практические занятия) 24 час, КСР – 2 ч, самостоятельная работа обучающегося 66 час.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	42	42
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Практические занятия (Пр)	24	24
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*	2	2
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	66	66
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет)		
<b>ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>	За	За

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС								Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе	
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Лабораторные работы	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	подготовка к промежуточной аттестации	Сдача зачета / экзамена						Итого
Раздел 1. Общие принципы организации и функционирования PR-отдела.	7	2	4			11				17	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	уст. опрос		10
Раздел 2. Функции и задачи отдела по связям с общественностью.	7	2	4			11				17	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	реф		10
Раздел 3. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-отдела.	7	2	4			11				17	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -В1, ПК-1.4 -У1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	эссе		30
Раздел 4. Организация работы PR-подразделений со СМИ.	7	2	4			11				17	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	тест		20
Раздел 5. Оценка эффективности деятельности PR-отдела.	7	4	4			11				19	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	доклад		20

Раздел 6. Характеристика современных российских пресс -служб.	7	4	4			11	2			21	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1	Л1.1 Л1.2 Л2.1	реф		10
<b>ИТОГО</b>		16	24			66	2			108				зач	100

### 3.3. Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Функциональный подход и схемы организации PR-подразделения.	2
2	Задачи отделов рекламы и связей с общественностью.	2
3	Коммуникационная тактика.	2
4	Виды PR в СМИ. Классификация PR-информации.	2
5	Принципы оценки эффективности деятельности PR-отдела. Базовые критерии оценки эффективности.	4
6	Пресс-службы в органах государственной власти. Пресс-службы в коммерческих организациях.	4
Всего		16

### 3.4. Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Направления деятельности PR-подразделения. Основные разделы Положения о PR-подразделении.	4
2	Функции отделов рекламы и связей с общественностью.	4
3	Постановка цели. Классификация целей.	4
4	План работы с масс-медиа. Перспективное планирование работы.	4
5	Методы оценки эффективности.	4
6	Пресс-службы в финансовой сфере.	4
Всего		24

### 3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

### 3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Анализ пресс-службы как структурного подразделения в составе PR-отдела.	уст.опрос	11

2	Анализ причин потребностей в отделах по связям с общественностью и рекламы.	реферат	11
3	Анализ отбора целевых аудиторий. Цели по аудиториям.	эссе	11
4	Изучение баз данных по СМИ. Информационные поводы. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды. Типы итоговых документов.	тест	11
5	Изучение методики определения промежуточных и результирующих итогов. Оценка эффективности отдельных PR- инструментов. PR-аудит.	доклад	11
6	Изучение деятельности пресс-служб политических партий и движений.	реферат	11
Всего			66

#### 4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (лекции в сочетании с практическими занятиями, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков межличностной коммуникации: групповые дискуссии, работа в команде, междисциплинарное обучение, преподавание дисциплины на основе результатов предшествующих научных исследований.

В процессе обучения используются электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL:<http://e.kgeu.ru/>

#### 5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме

Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов
Характеристика	Компетенция в полной мере не	Сформированность компетенции	Сформированность компетенции в целом	Сформированность компетенции

сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

### Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.4	Знать				
		принципы корпоративной культуры организации; основные инструменты внутренних коммуникаций	Знает принципы корпоративной культуры организации; основные инструменты внутренних коммуникаций, не допускает ошибок	Знает принципы корпоративной культуры организации; основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	Плохо знает принципы корпоративной культуры организации; основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе может допустить множество мелких ошибок	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки
		Уметь				

	работать с большими объемами информации маркетингового и рекламного характера	демонстрирует умение работы большими объемами информации маркетингового и рекламного характера, не допускает ошибок	демонстрирует умение работы большими объемами информации маркетингового и рекламного характера, допускает при этом ряд небольших ошибок	в целом демонстрирует умение работы большими объемами информации, маркетингового и рекламного характера, задание выполнено в неполном объеме	не демонстрирует сформированное умение работы большими объемами информации маркетингового и рекламного характера, задание не выполнено
Владеть					
	инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия с внутренними аудиториями	продемонстрированы навыки владения инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия с внутренними аудиториями	продемонстрированы базовые навыки владения инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия с внутренними аудиториями, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков владения инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия с внутренними аудиториями, много ошибок	не продемонстрированы базовые навыки владения инструментами формирования корпоративной культуры организации, внутреннего репутационного аудита, коммуникационного взаимодействия с внутренними аудиториями, допущены грубые ошибки

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

#### Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие,	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Маслова В.М.	Связи с общественностью в управлении персоналом	учебное пособие для вузов	М.: Вузовский учебник	2009		13

2	Есикова И.В.	Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний	учебное пособие	М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75208.html">http://www.iprbookshop.ru/75208.html</a>	
---	--------------	---	-----------------	--------------------------------	------	---	--

### Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Гундарин М.В.	Теория и практика связей с обществом: основы медиарелейшнз	учебное пособие для вузов	М.: ИНФРА - М	2007		15

## **6.2. Информационное обеспечение**

### 6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Портал "Открытое образование"	<a href="http://npoed.ru">http://npoed.ru</a>
2	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>

### 6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Образовательный портал	<a href="http://www.ucheba.com">http://www.ucheba.com</a>	ttp://www.ucheba.com

### 6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование	Адрес	Режим доступа
1	КиберЛенинка	<a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>	<a href="https://cyberleninka.ru">https://cyberleninka.ru</a>

### 6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Способ распространения (лицензионное/свободно)	Реквизиты подтверждающих документов

1	Windows 7 Профессиональная (Starter)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Windows Server Standard 2012R2 Russian OLP NL AcademicEdition 2Proc	Серверная операционная система от компании Microsoft.	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2014.0310 от 15.11.2014 Неискл. право. Бессрочно
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон; Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. LMS Moodle. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
2	практические занятия	Учебная аудитория для проведения практических занятий	проектор (переносной), ноутбук (переносной); Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
1	Самостоятельная работа обучающихся	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, мультимедийный проектор, экран, программное обеспечение Windows 7 Профессиональная (Pro): №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.

## 8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета [www/kgeu.ru](http://www/kgeu.ru). Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой

справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

## Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20\_\_ /20\_\_  
учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

*Указываются номера страниц, на которых  
внесены изменения,  
и кратко дается характеристика этих  
изменений*

Программа одобрена на заседании кафедры –разработчика «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_г.,  
протокол № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена методическим советом института \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Зам. директора по УМР \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

*Подпись, дата*

Согласовано:

Руководитель ОПОП \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

*Подпись, дата*

### Часы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 20,5 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 6 час., практические занятия 10 час., КСР 4 час., прием зачета (КПА) – 0,5 час., самостоятельная работа обучающегося 83,5 час.

Вид учебной работы	Всего часов	Се- местр
		5
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	20,5	20,5
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Практические занятия (Пр)	10	10
КСР	4	4
Сдача зачета (КПА)	0,5	0,5
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	83,5	83,5
Подготовка к промежуточной аттестации в форме экзамена	4	4
<b>ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>	Эк	Эк

*Приложение к рабочей программе  
дисциплины*



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по дисциплине**

PR-отдел коммерческой организации

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация бакалавр

Оценочные материалы по дисциплине «PR-отдел коммерческой организации» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции(й):

ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: устный опрос, эссе, реферат, доклад, тест.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 7 семестр. Форма промежуточной аттестации зачёт.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

## 1. Технологическая карта

### Семестр 7

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	Уровень освоения дисциплины, баллы				
				неудов-но	удов-но	хорошо	отлично	
				не зачтено	зачтено			
				низкий	ниже среднего	средний	высокий	
Текущий контроль успеваемости								
1	Анализ пресслужбы как структурного подразделения в составе PR-отдела	Уст опр	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	менее 6	6-7	7-8	8-10	
2	Анализ причин потребностей в отделах по связям с общественностью и рекламы.	Реф	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	менее 6	6-7	7-8	8-10	

3	Анализ отбора целевых аудиторий. Цели по аудиториям.	Эссе	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -В1, ПК-1.4 -У1	менее 16	17-22	23-28	29-30
4	Изучение баз данных по СМИ. Информационные поводы. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды. Типы итоговых документов	Тест	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1, ПК-1.4 -В1	менее 10	10-13	13-16	16-20
5	Изучение методики определения промежуточных и результирующих итогов. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов. PR- аудит.	Докл	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1	менее 10	10-13	13-16	16-20
6	Изучение деятельности пресс-служб политических партий и движений.	Реф	ПК-1.4 -31,2 ПК-1.4 -У1	менее 6	6-7	7-8	8-10
Всего баллов				0 - 54	55-69	70-84	85-100

## 2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
----------------------------------	--	---------------------

Устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме	Тематика эссе
Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Темы рефератов
Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-	Темы докладов, сообщений
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Комплект тестовых заданий

### 3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

<b>Наименование оценочного средства</b>	Устный опрос
Представление и содержание оценочных материалов	<p style="text-align: center;"><b>Перечень заданий для устного опроса</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое креатив в PR?</li> <li>2. Причины возникновения креатива в PR.</li> <li>3. Виды дизайна рекламы.</li> <li>4. Оценка эффективности рекламной и PR-политики.</li> <li>5. Индивидуальность рекламы.</li> <li>6. Разработка атрибутов рекламы и PR.</li> <li>7. Процесс сегментирования рынка рекламы.</li> <li>8. Разработка концепции и стратегии позиционирования компании в PR.</li> <li>9. Процесс интеграции рекламы и PR.</li> </ol>
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> содержание вопроса раскрыто в полном объеме, материал изложен грамотным языком с точным использованием терминологии – 8-10 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать выводы – 7-8 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> содержание вопроса раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –6-7 балла.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы – менее 6 баллов.</p> <p><b>Количество баллов за устный ответ: минимум – 5 б.</b>  <b>Количество баллов за устный ответ: максимум – 10 б.</b>  <b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за устный ответ по 1 разделу дисциплины в течение семестра – 10 баллов.</b></p>
<b>Наименование оценочного средства</b>	Эссе
Представление и содержание оценочных материалов	<p style="text-align: center;"><b>Перечень тем эссе</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воздействие маркетинговых коммуникаций на рекламу.</li> <li>2. Реклама как особая форма массовой коммуникации.</li> <li>3. Место Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций</li> <li>4. Креатив в разработке рекламных материалов.</li> <li>5. Креативные технологии в информационном PR.</li> </ol>

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> содержание темы эссе раскрыто в полном объеме, материал изложен грамотным языком с точным использованием терминологии – 29-30 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> в эссе показано общее понимание вопроса, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 23-28 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> содержание темы эссе раскрыто неполно, отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –17-22 балла.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> в эссе не раскрыто основное содержание темы, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 16 баллов.</p> <p><b>Количество баллов за эссе: минимум – 15 б.</b> <b>Количество баллов за эссе: максимум – 30 б.</b> <b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение эссе по 3 разделу дисциплины в течение семестра – 30 баллов.</b></p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Реферат</p>
<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень тем рефератов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процесс интеграции маркетинговых коммуникаций.</li> <li>2. Источники информации.</li> <li>3. SWOT-анализ деятельности компании и анализ производимого рекламного продукта.</li> <li>4. Планирование бюджета рекламных кампаний и график мероприятий.</li> <li>5. Социальные и психологические феномены в связях с общественностью и рекламе.</li> <li>6. Социологические исследования в поиске креативных решений рекламы.</li> <li>7. Знаки и символы в инструментарии креативных технологий рекламы.</li> <li>8. Спин-докторинг как креативная технология рекламы.</li> </ol>

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> содержание реферата раскрыто в полном объеме, материал изложен грамотным языком с точным использованием терминологии – 8-10 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> в реферате показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 7-8 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> содержание реферата раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –6-7 балла.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> в реферате не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 6 баллов.</p> <p><b>Количество баллов за выполнение реферата: минимум – 5 б.</b> <b>Количество баллов за выполнение реферата: максимум – 10 б.</b> <b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение реферата по 2 и 6 разделам дисциплины в течение семестра –20 баллов.</b></p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Доклад</p>
<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень тем для доклада</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Репутация и взаимодействия с конкурентами.</li> <li>2. Корпоративная ответственность организации перед обществом. Группы корпоративной аудитории.</li> <li>3. Позиционирование компании на рынке. Функции и роли корпоративного позиционирования.</li> <li>4. Понятие и структура корпоративной культуры.</li> <li>5. Роль корпоративного кодекса. Принципы взаимодействия с персоналом.</li> <li>6. Управление корпоративным имиджем и его изменением.</li> <li>7. Рекламные идентификаторы.</li> <li>8. Инструменты интегрированных коммуникаций, ATL-реклама, BTL-реклама</li> <li>9. Понятие бренда и его сущность и функции. Рациональная, эмоциональная, социальная школы брендинга.</li> </ol>

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i> содержание раскрыто в полном объеме, материал изложен грамотным языком с точным использованием терминологии – 16-20 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i> показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 13-16 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i> содержание раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –10-13 балла.</p> <p><i>Низкий уровень:</i> не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 10 баллов.</p> <p><b>Количество баллов за выполнение доклада: минимум – 9 б.</b> <b>Количество баллов за выполнение доклада: максимум – 20 б.</b> <b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение доклада по 5 разделу дисциплины в течение семестра – 20 баллов.</b></p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Тест</p>

<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p><b>Образцы тестовых заданий</b></p> <p>1. Принцип, не относящийся к стратегии ИМК – интеграция ...  Выбора  <b>сегментации</b>  позиционирования  плана-графика</p> <p>2. Интегрированные маркетинговые коммуникации – это ...  <b>вид коммуникационно-маркетинговой деятельности, отличающийся особым синергетическим эффектом, возникающим вследствие оптимального сочетания рекламы, директ-маркетинга, стимулирования сбыта, PR и других коммуникационных средств и приемов и интеграции всех отдельных сообщений</b>  систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для повышения эффективности идентификации и решения маркетинговых проблем (возможностей)  процесс планирования и осуществления концепций ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для проведения обмена, который удовлетворит цели отдельных людей и предприятий</p> <p>3. Факторы, влияющие на структуру интегрированной системы маркетинговых коммуникаций региона  <b>региональные цели и используемые стратегии</b>  состояние политической среды  <b>состояние потребительской аудитории</b>  <b>традиции, сложившиеся в коммуникационной политике</b>  состояние конкурентной среды  степень развития инфраструктуры</p> <p>4. Тип ИМК-сообщений, к которому можно отнести расследования репортеров – ... сообщение  предполагаемое  поддерживаемое  запланированное  <b>незапланированное</b></p> <p>5. Сообщения, целенаправленно формируемые организацией – это ... сообщения  предполагаемые  поддерживаемые  <b>запланированные</b>  незапланированные</p>
--	---

<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Критериями оценки выполнения задания, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <p><i>Высокий уровень:</i>          Ответы на тестовые задания полные, точные – 16-20 баллов</p> <p><i>Средний уровень:</i>          В ответах на тестовые задания показано общее понимание вопроса, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии – 13-16 баллов.</p> <p><i>Ниже среднего уровень:</i>          Ответы на тестовые задания - неполные, допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии –10-13 баллов.</p> <p><i>Низкий уровень:</i>          При ответе на тестовые задания допущены ошибки в определении понятий, ответы неточные – менее 10 баллов.</p> <p><b>Количество баллов за выполнение тестовых заданий: минимум – 9 б.</b></p> <p><b>Количество баллов за выполнение тестовых заданий: максимум – 20 б.</b></p> <p><b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение тестовых заданий по 4 разделу дисциплины в течение семестра – 20 баллов.</b></p>
	<p><b>Итого:</b></p> <p><b>Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение доклада, реферата, эссе, теста и по итогам устного собеседования по всем разделам дисциплины в течение семестра – 100 баллов.</b></p>