

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.5.1 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

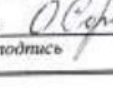
Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.Э.5.1 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

наименование кафедры

протокол № 8 от «16» февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой			
Кафедра	рекламы, связей с	общественностью и	прикладной политологии
наименование кафедры	подпись	расшифровка подписи	
		Т.Ю. Димитрова	
Исполнители:			
доцент	подпись	расшифровка подписи	
должность		Т.Ю. Димитрова	
старший преподаватель	подпись	расшифровка подписи	
должность		Сорокин О.Н	

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

Ю.В. Кудашова
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Бигалиева
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Е.Ф. Томина
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю., 2023
© Сорокин О.Н., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели): освоения дисциплины – сформировать у студентов систему базовых знаний по вопросам функционирования в современном обществе различных видов некоммерческих организаций (НКО), по вопросам правового и политического регулирования их деятельности в России и за рубежом. Сформировать у выпускников практические навыки разработки PR программ для некоммерческих организаций с использованием всех современных коммуникационных технологий.

Согласно требованиям к уровню подготовленности выпускников по данной специальности, учебный курс знакомит студентов с вопросами и проблемами, которые приходится решать специалисту отдела рекламы и PR коммерческих и государственных компаний, а также специалисту по коммуникациям общественных организаций и благотворительных фондов. Практическая часть курса (кейсы, реконструкция конкретных коммуникационных кампаний НКО) направлена на формирование навыков и умений в сфере решения задач формулирования цели PR коммуникации НКО, выбора целевой аудитории коммуникации, формирования медиастратегии, креативной идеи, медиа инструментария и оценки эффективности решения коммуникативной задачи НКО.

Задачи:

- добиться сознательного овладения студентами знаний о причинах возникновения НКО в истории развития общества и функциях НКО в современное время, достоверного представления о том, какие формы НКО существуют в России и за рубежом, какие правовые нормы регулируют их деятельность, какие социально-политические факторы влияют на изменение объема их деятельности, в каковы основные задачи построения эффективной коммуникации НКО.

- привлечь студентов к самостоятельной учебно-познавательной, аналитической и практической деятельности;

- дать студентам основные понятия, приемы и современные технологии коммуникационной деятельности в некоммерческой сфере, которые могут быть использованы затем в их профессиональной деятельности;

- наиболее полно представить учебный материал, используя разнообразные формы и методы проведения семинарских и практических занятий.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.23 Основы связей с общественностью, Б1.Д.Б.25 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Б1.Д.Б.27 Технологии рекламы и связей с общественностью, Б1.Д.Б.30 Имиджелогия, Б1.Д.Б.31 Связи с общественностью в кризисных ситуациях, Б1.Д.Б.37 Правовое и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности, Б1.Д.Б.38 Проектирование в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс)*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен к поиску	ПК*-3-В-1 ПК-3.1. Использует	Знать: современные

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
информации и анализу ситуации в коммуникационной деятельности	современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для поиска информации и анализа ситуации в коммуникационной деятельности ПК*-3-В-2 ПК-3.2 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	технические средства, технологии цифровых коммуникаций Уметь: анализировать различные ситуации в коммуникационной деятельности, правильно распоряжаться техническими и технологическими средствами. Владеть: навыками работы с поиском информации с помощью средств коммуникаций; знаниями о современных технических и технологических средствах; принципами анализа ситуаций в коммуникационной деятельности.
ПК*-4 Способен оценивать эффективность коммуникационной деятельности	ПК*-4-В-3 ПК-4.3. Умеет определять ключевые показатели результатов деятельности для структур и специалистов в области рекламы и связей с общественностью, эффективности рекламных и PR-кампаний	Знать: характеристики и виды PR-кампаний, методы исследований и оценки для планирования рекламной и PR-кампании Уметь: Учитывать полученные данные исследований при планировании; применять знания медиапланирования при создании коммуникационного продукта Владеть: способностью использовать полученные данные путем исследования при планировании; знаниями и правилами PR-кампаний; готовностью использовать возможности медиапланирования на практике.
ПК*-7 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в коммуникационной сфере	ПК*-7-В-2 ПК-7.2. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК*-7-В-3 ПК-7.3. При подготовке индивидуального и (или) коллективного проекта в коммуникационной сфере, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знать: знание технологий организации мероприятий - знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ - знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов работ Уметь: уметь разрабатывать календарный план, составлять базы данных, кодировать информацию; писать и оформлять отчеты; оценивать эффективность проведенных кампаний

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		- понимание принципов визуализации данных Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	216	216
Контактная работа:	50,25	50,25
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю	165,75	165,75
Вид итогового контроля	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России	40	2	4		34
2	Правовые основы регулирования некоммерческих организаций	38	2	6		30
3	PR-деятельность в некоммерческих	46	4	8		34

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	организациях					
4	Миссия некоммерческой организации. Социальная реклама.	46	4	8		34
5	Целевые группы коммуникации НКО и актуальные технологии коммуникации	46	4	8		34
	Итого:	216	16	34		166
	Всего:	216	16	34		166

4.2 Содержание разделов дисциплины

№1. Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России

- Типология НКО.
- Функции некоммерческих организаций в жизни общества.

№ 2. Правовые основы регулирования некоммерческих организаций.

- Правовое регулирование деятельности НКО. Федеральный закон Российской Федерации «О некоммерческих организациях».
- Российские НКО: численность, историческая ретроспектива их появления, сферы деятельности, проекты.
- Основные принципы классификации НКО. Различные организационно-правовые формы НКО.

№ 3. PR-деятельность в некоммерческих организациях.

- Цели PR-деятельности в НКО.
- Анализ востребованности социального PR российскими НКО.

№ 4. Миссия некоммерческой организации. Социальная реклама.

- Миссия: определение, сущность, цели и функции.
- Отличия миссии коммерческой и некоммерческой организации. Специфика разработки и формулировки миссии, ее элементы.
- Социальная реклама

№ 5. Целевые группы коммуникации НКО и актуальные технологии коммуникации

- Совместные маркетинговые мероприятия коммерческих и некоммерческих организаций.
- Формы ПР взаимодействия благотворительных фондов и коммерческих организаций.
- Репутационные риски НКО.
- Цели и задачи участия в проектах некоммерческих организаций.
- Задачи наращивания известности НКО как условия успешного фандрейзинга.
- Продакт-плейсмент как инструмент изменения стереотипов и оценок деятельности НКО в России.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России	4
3,4,5	2	Правовые основы регулирования некоммерческих организаций	6
6,7,8,9	3	PR-деятельность в некоммерческих организациях	8
10,11,12, 13	4	Миссия некоммерческой организации. Социальная реклама.	8

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
14,15,16, 17	5	Целевые группы коммуникации НКО и актуальные технологии коммуникации	8
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930> – Библиогр.: с. 319-322. – ISBN 978-5-394-00783-5. – Текст : электронный.

Чигаева, В. Ю. Деятельность негосударственных организаций и учреждений в социальной работе : учебное пособие : [16+] / В. Ю. Чигаева. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2012. – 320 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232330>

5.2 Дополнительная литература

Кириллова, В. Л. PR в некоммерческом секторе : практическое пособие / В. Л. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>

Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ

Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА.

Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать».

Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать"

РБК: журнал. – М.: ООО «БизнесПресс».

5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

<https://jrnlst.ru-> сайт журнала «Журналист»: теория и практика журналистики, освещение актуальных проблем журналистики и истории журналистики

<http://www.jourmedia.ru> – сайт журнала «Журналистика и медиарынок»: актуальная информация о медиарынке, современной журналистике

<http://www.prnews.ru/> - сайт компании PR News – лидера в в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

<http://www.raso.ru/> - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

<http://www.eaeunion.org/>- интернет-портал Евразийского экономического Союза (ЕАЭС), официальная информация, органы управления, актуальные события.

<http://www.rbc.ru/> - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\CONSULT\cons.exe>
4. <http://edu.garant.ru/garant/study/> - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.