

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»  
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиатехнологий  
А.А. Рахимов  
« 27 » 01 2026 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**PR и гражданское общество**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – Рекламная деятельность

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

3курс

ДУШАНБЕ – 2026

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 524 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

# 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Цели изучения дисциплины:

Цель изучения дисциплины «PR и гражданское общество» заключается в формировании у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области связей с общественностью как инструмента взаимодействия государства, бизнеса, некоммерческих организаций и институтов гражданского общества, а также развитие умений анализировать общественные процессы, выстраивать эффективные коммуникации с различными социальными группами и применять PR-технологии для укрепления гражданской активности, общественного диалога и социальной ответственности.

## 1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины формулируются в соответствии с требованиями ФГОС, предъявляемые к компетенциям обучающегося бакалавра.

1. Ознакомление с основными понятиями, принципами и функциями PR в контексте гражданского общества.
2. Изучение роли PR в формировании общественного мнения, повышении гражданской активности и развитии институтов гражданского общества.
3. Формирование навыков разработки и реализации коммуникационных стратегий для социальных проектов и НКО.
4. Развитие умений выстраивать этичные и эффективные коммуникации с различными социальными группами и целевыми аудиториями.
5. Изучение методов оценки эффективности PR-кампаний в сфере гражданского общества.
6. Развитие аналитических навыков для исследования общественного мнения, социальных проблем и коммуникационных рисков.
7. Формирование способности к критическому анализу этических и правовых аспектов PR-деятельности.
8. Развитие компетенций по использованию цифровых медиа и социальных платформ для продвижения гражданских инициатив и проектов.

## Требование к результатам освоения дисциплины:

- Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Результаты освоения ОПОП Содержанием компетенций (в соответствии с ФГОС) и ОПОП	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Вид оценочного средства
УК-3	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом	Творческое задание. Презентация

		<p><b>ИУК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p><b>ИУК-3.3.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p><b>ИУК-3.4.</b> Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	
ПК-4	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	<p><b>ИПК-4.1.</b> Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения.</p> <p><b>ИПК-4.2.</b> Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации.</p> <p><b>ИПК-4.3.</b> Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.</p>	<p>Творческое задание.</p> <p>Презентация</p>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «**PR и гражданское общество**» является частью, формируемой участниками образовательных отношений д (Б1.В.15) и является обязательным составным элементом концептуальной модели подготовки современного журналиста и рассчитан на один семестр. Дисциплина читается на втором курсе студентам отделения журналистики филологического факультета. Задача курса заключается в формировании теоретических знаний о сущности, функциях и видах рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина изучается в 4 семестре, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 2:

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	Создание бренда с нуля	III	Б1.В.03
2.	История коммуникаций	III	Б1.В.04
3.	История рекламы и связей с общественностью	IV	Б1.В.05
4.	Социальный маркетинг	VIII	Б1.В.06
5.	Технологии рекламы и связей с общественностью	III	Б1.В.11
6.	Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)	VI	Б1.В.10

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1, 2, 3, 4, 5, 6 указанных в Таблице 2.

Теоретическое и практическое освоение данной дисциплины является необходимым, как предшествующее, для прохождения практики.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

**Объем дисциплины «PR и гражданское общество»** составляет 3 зачетных единицы, всего 108 часов, из которых: лекции – 10 часов, практические занятия- 10 часа, КСР –10 часа, СРС –78 часа, контроль –30ч.. Всего часов аудиторной нагрузки – 30 **в том числе в интерактивной форме –8 часов, в форме практической подготовки –часов.. Зачет –VI семестр.**

Таблица 3.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	
		Лек.	Пр.	КСР	Контр	СРС		
<b>VI семестр</b>								
1	<p>1. Понятие PR и гражданское общество</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные термины, принципы и функции PR в контексте гражданского общества.</li> <li>• Проанализировать работу PR-кампании одной НКО и выявить её ключевые цели и методы коммуникации.</li> <li>• Подготовить краткий отчет о влиянии PR на формирование гражданской активности в выбранной организации.</li> </ul>	2	2	2	6	3	1, 4	
2	<p>2. История развития профессиональной этики в рекламе и PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные этапы становления этических стандартов в мировой и</li> </ul>	2		2	6	3	4, 7	

	<p>отечественной практике.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Практическое задание: Подготовить краткий обзор исторической рекламной или PR-кампании с точки зрения этики.</li> </ul>							
3	<p><b>Тема 3. Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества</b></p> <p>Методы анализа и сегментации аудитории, работа с социальными группами.</p> <p>Разработать профиль целевой аудитории для социального проекта.</p> <p>Составить план коммуникационной стратегии с учетом сегментации аудитории.</p>	2	2	2	6	3	4, 7, 10	
4	<p><b>Тема 4. Коммуникационные стратегии для социальных проектов</b></p> <p>Разработка и реализация стратегий PR для НКО и общественных инициатив.</p> <p>Практическое задание: Создать эскиз медиаплана для PR-кампании выбранного социального проекта.</p>		2	2	6	3	4, 7, 12, 13	
5	<p><b>Тема 5. PR и социальные медиа в гражданском обществе</b></p> <p>Использование цифровых платформ для продвижения социальных инициатив.</p>	2		2	6	3	12, 13	

	<p>Создать пример поста для социальной сети с учетом этических и PR-принципов.</p> <p>Разработать краткий контент-план для продвижения общественного проекта.</p>							
6	<p><b>Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе</b>  <b>Методы анализа и измерения эффективности коммуникаций.</b>  <b>Проанализировать одну социальную PR-кампанию и определить её результаты.</b>  <b>Подготовить отчет с предложениями по улучшению коммуникационной стратегии.</b></p>	2		2	4	3	4, 5	
7	<p>.Антикризисные коммуникации и управление репутацией</p> <p>Принципы реагирования на кризисные ситуации в социальных проектах.</p> <p>Разработать план антикризисного реагирования для условного проекта.</p> <p>Подготовить презентацию с ключевыми шагами по управлению репутацией организации.</p>	2	2		4	3	4, 11, 15	
8	<p><b>Тема 8. Современные тенденции и перспективы PR в гражданском обществе</b>          Новые технологии, цифровизация, международные практики.          Проанализировать современный PR-проект НКО</p>	2	2		4	3	4, 5, 16	

	и выделить ключевые инновационные подходы. Подготовить аналитический отчет о возможных направлениях развития PR в гражданском обществе.							
	ИТОГО: Лек--10 Прак10 КСР-10 СРС-78 Контроль -30 ВСЕГО-108	10	10	10	30	78		

### Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 300. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов.

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-8 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), 2-й рейтинг (9-16 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (экзамен) проводится в традиционной (устной) форме.

Таблица 4.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава	РК№1	Всего

				<b>высшей школы)</b>		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
1	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
2	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
3	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
4	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
5	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
6	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
7	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
8					12,5	12,5
<b>Первый рейтинг</b>	<b>21</b>	<b>31,5</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>	<b>12,5</b>	<b>100</b>

Формула вычисления результатов дистанционного контроля и итоговой формы контроля по дисциплине за семестр:

$$ИБ = \left[ \frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

, где ИБ – итоговый балл,  $P_1$ - итоги первого рейтинга,  $P_2$ - итоги второго рейтинга, Эи – результаты итоговой формы контроля (экзамен).

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

##### 4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Объём СРС в ч.	Тема СРС	Вид результатов самостоятельной работы	форма контроля
<b>VI семестр</b>				
1.	6	• Анализ успешного PR-проекта НКО и его влияния на общественное мнение.	презентация	выступление
2.	6	• Роль PR в формировании гражданской активности среди молодежи.	презентация	выступление
3.	6	• Сравнительный анализ стратегий коммуникаций в разных социальных проектах.	презентация	выступление
4.	6	• Разработка медиаплана для продвижения выбранного социального проекта.	презентация	выступление
5.	6	• Этические и правовые аспекты PR в гражданском обществе: анализ кейса.	презентация	выступление
6.	6	• Оценка эффективности PR-кампании в сфере социального проекта.	презентация	выступление
7.	6	• Влияние социальных медиа на продвижение общественных инициатив.	презентация	выступление
8.	6	• Разработка коммуникационной стратегии для инициативы местного сообщества.	презентация	выступление

9.	6	• Работа со СМИ и партнерами: анализ успешного взаимодействия.	презентация	выступление
10.	4	• Анализ кризисной коммуникации НКО или социальной организации.	презентация	выступление
11.	4	• Использование PR для продвижения волонтерских и благотворительных программ.	презентация	выступление
12.	4	• Влияние PR на формирование имиджа некоммерческой организации.	презентация	выступление
13.	4	• Применение цифровых технологий и платформ для продвижения гражданских инициатив.	презентация	выступление
14.	4	• Этические дилеммы в PR социальных проектов: исследование и предложения по их разрешению.	презентация	выступление
15.	4	• Современные тенденции и инновации в PR для гражданского общества.	презентация	выступление
	<b>78</b>	<b>Итого</b>		

#### **4. 2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.**

Перед началом выполнения задания следует изучить теоретические материалы и примеры практических кейсов. Определить цель работы, необходимые ресурсы и сроки выполнения. Задания выполняются в виде письменной работы и презентации.

В качестве источников следует использовать учебники, статьи, интернет-ресурсы, примеры PR-проектов НКО и социальных инициатив. Необходимо систематизировать информацию, выделяя ключевые цели и методы коммуникации.

При создании медиапланов, постов или пресс-релизов студентам нужно учитывать этические нормы и социальную ответственность. В ходе выполнения задания объяснить сделанные выборы и обоснования в отчете или презентации.

#### **4. 3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы:**

- ✓ грамотное применение определений, понятий, терминов и др.;
- ✓ логическая последовательность в изложении материала;
- ✓ обоснованность выводов;
- ✓ самостоятельность и оригинальность в изложении материала;
- ✓ текст конспекта должен оформляться с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.

#### **4. 4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:**

<b>4-балльная шкала (уровень освоения)</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
--	-------------------	-----------------

Отлично (повышенный уровень)	Полнота выполнения практического задания. Последовательность и рациональность выполнения задания. Самостоятельность выводов, оценок и комментариев.	Студентом задание выполнено самостоятельно и своевременно; материал изложен последовательно и рационально. Даны полные ответы на все поставленные вопросы, сформулированы и полностью обоснованы собственные оценки, выводы и комментарии.
Хорошо (базовый уровень)	Творческий подход с позиций профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Студентом задание выполнено своевременно, но недостаточно самостоятельно, с подсказкой преподавателя. Материал изложен последовательно и рационально; даны ответы на все поставленные вопросы, сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии, но их обоснование неполно.
Удовлетворительно (пороговый уровень)	Нет работы в команде.	Студентом задание решено несвоевременно, недостаточно самостоятельно, с подсказками преподавателя; материал изложен недостаточно последовательно и рационально. Даны ответы не на все поставленные вопросы, слабо сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии.
Неудовлетвори- тельно (уровень не сформирован)	Нет самостоятельности и полноты выполнения работы	Студентом задание не выполнено.

## 5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература

1. Баранов, П. А. **PR в некоммерческих организациях: теория и практика.** – М.: Юрайт, 2021.
2. Будагов, Ю. В. **Связи с общественностью и гражданское общество.** – СПб.: Питер, 2020.
3. Гавра, Д. П. **Теория и практика PR в социальных проектах.** – СПб.: Питер, 2019.
4. Грин, М. Е. **PR и коммуникации в социальном секторе.** – М.: Академический проект, 2020.
5. Карпова, И. А. **PR и социальные коммуникации.** – М.: Академический проект, 2022.
6. Котлер, Ф., Армстронг, Г. **Маркетинг и PR в некоммерческом секторе.** – М.: Вильямс, 2021.
7. Лебедев, С. П. **Коммуникационные стратегии в гражданском обществе.** – СПб.: Питер, 2019.
8. Мартынов, В. А. **PR и социальная ответственность.** – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.

9. Сорокин, Д. Н. **PR для НКО: стратегии и инструменты**. – М.: Аспект Пресс, 2021.
10. Чумаков, А. В. **Эффективные коммуникации в гражданском обществе**. – М.: ВШЭ, 2022.

## 5.2. Дополнительная литература

1. Андреев, А. П. **PR и социальные медиа в гражданском обществе**. – М.: Юрайт, 2022.
2. Бочарова, М. Н. **Связи с общественностью в социальном секторе**. – М.: Высшая школа, 2018.
3. Катлип, С., Сентер, А., Брум, Г. **Паблик рилейшнз: теория и практика**. – М.: Вильямс, 2020.
4. Левин, М. И. **Гражданское общество и коммуникации: PR в социальном контексте**. – СПб.: Питер, 2021.
5. Михайлова, Н. В. **PR-технологии для некоммерческих организаций**. – М.: Вильямс, 2021.
6. Почепцов, Г. Г. **Коммуникативные технологии XXI века**. – М.: Рефл-бук, 2018.
7. Романов, А. В. **Цифровой PR и социальные инициативы**. – М.: ЮНИТИ, 2022.
8. Сидорова, Е. П. **Этика PR и гражданское общество**. – СПб.: Питер, 2020.
9. Фролова, Т. Н. **PR-кампании в социальных проектах**. – М.: Академический проект, 2019.
10. Харитонов, В. С. **PR и социальные изменения: теория и практика**. – М.: ВШЭ, 2021.

## 5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>
2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: [nansmit.tj](http://nansmit.tj)
5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: [www.odob.tj](http://www.odob.tj)
6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruji.ru>
9.  Кодекс профессиональной этики PR-специалиста (IPRA)
10.  Кодекс профессиональной этики Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО)
11.  Международный кодекс рекламной практики ICC

## 5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

### А) сайты:

1. [http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends\\_%2017.pdf](http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf)

2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>
4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>
5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)
6. [www.khovar.tj](http://www.khovar.tj) (НИАТ «Ховар»)
7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)
8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)
9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)
10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)
11. <http://tv.tj> (Тоҷикистон)
12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джахоннамо)
13. <http://www.bbc.com/> (BBC)
14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)
15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)
16. <https://www.dpa.com> (DPA)
17. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)
18. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
19. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
20. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
21. <http://www.vesti.ru> (Вести)
22. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
23. <http://tass.ru/> (ТАСС)
24. <https://ria.ru> (РИА Новости)

#### **Б) электронные библиотеки по журналистике:**

- <http://www.library.cjes>. – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистке в Интернете;
- <http://www.eartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
- <http://journalist.virt-ru> –электронный архив журнала «Журналист»;
- <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
- <http://e-cis.info/index>.
- Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
- МІС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
- Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

#### **5.5.Перечень информационных технологий и программного обеспечения:**

- MS Office
- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Google Forms
- Scribus OpenShot
- Video Editor
- Audacity
- Adobe Photoshop

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение дисциплины «**Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)**» осуществляется в форме лекционных, практических занятий и самостоятельной работы студентов.

В ходе лекционных занятий обучающиеся получают теоретические знания об основных понятиях, видах и направлениях развития информационных технологий и систем искусственного интеллекта. Целью курса является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламы и связей с общественностью для эффективного планирования, разработки и реализации рекламных и PR-коммуникаций в современных медиасредах. Рекомендуется вести конспект лекций, изучать основные термины и использовать рекомендованную литературу для углубления материала.

Практические занятия направлены на формирование умений и навыков применения информационных технологий и интеллектуальных систем для решения профессиональных задач. Перед выполнением практических работ обучающимся следует изучить соответствующий теоретический материал. Результаты практических заданий оформляются в виде отчетов, презентаций или проектов.

Самостоятельная работа студентов предусматривает изучение дополнительной литературы, выполнение индивидуальных заданий, подготовку рефератов, презентаций и проектов с использованием информационных и интеллектуальных технологий. При выполнении СРС необходимо соблюдать требования академической добросовестности и правила информационной безопасности.

Подготовка к текущему и итоговому контролю осуществляется на основе систематизации лекционного материала, выполнения практических и самостоятельных заданий. Итоговый контроль предполагает демонстрацию теоретических знаний и практических навыков применения информационных технологий и систем искусственного интеллекта в профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа студентов запланирована в п. 4. данной рабочей программы, где указаны названия тем, объемы выполняемых работ и формы контроля со стороны преподавателя.

Основой обучения являются аудиторные занятия – лекции, практические занятия и КСР.

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации дисциплины на базе Отделения журналистики функционируют учебные радиолaborатория и телестудия, редакция газеты «Студенческие вести», аудитории оснащены необходимым оборудованием (проекторы, телевизоры, доступ к on-line ресурсам через Интернет). Студенты имеют возможности пользоваться ресурсами в библиотеке университета, включая электронную, а также печатными материалами на кафедре отечественной и международной журналистики.

В Университете созданы специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также

обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

*Форма итоговой аттестации (зачет 1 семестр и экзамен на 2 семестре)*

*Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль) – в форме???*

**Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов**

<b>Оценка по буквенной системе</b>	<b>Диапазон соответствующих наборных баллов</b>	<b>Численное выражение оценочного балла</b>	<b>Оценка по традиционной системе</b>
<b>A</b>	10	95-100	Отлично
<b>A-</b>	9	90-94	
<b>B+</b>	8	85-89	Хорошо
<b>B</b>	7	80-84	
<b>B-</b>	6	75-79	
<b>C+</b>	5	70-74	Удовлетворительно
<b>C</b>	4	65-69	
<b>C-</b>	3	60-64	
<b>D+</b>	2	55-59	
<b>D</b>	1	50-54	
<b>Fx</b>	0	45-49	Неудовлетворительно
<b>F</b>	0	0-44	

*Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.*

*ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.*