

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 20.09.2022 13:08:00
Уникальный программный ключ:
b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b49

Приложение 6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Центр корпоративного развития

УТВЕРЖДЕНО
Директор Центра
корпоративного развития
« 20 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«PR проектирование»

Наименование программы Связи с общественностью

Программу разработал: Выводнова Татьяна Анатольевна

Самара 2021 г.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины (модуля): освоение основных направлений проектирования PR-деятельности, понимание их сущности и задач. Основными задачами изучения дисциплины (модуля) являются:

- рассмотреть понятия проектный менеджмент;
- определить основные процессы проектного менеджмента;
- определить подсистемы проектного менеджмента;
- рассмотреть применение проектного менеджмента в PR деятельности организации

Требования к результатам освоения дисциплины (модуля), включая перечень осваиваемых профессиональных компетенций:

Изучение дисциплины «PR-проектирование» в системе маркетинговых коммуникаций в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Тип задач: Организационный

ПКО-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

| | Знать | Уметь | Владеть |
|---|---|---|---|
| -Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. - Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. - Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | - Закономерности и основные направления деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью. - Особенности планирования и организации коммуникационной стратегии компании. - Закономерности формирования корпоративной культуры корпоративной идентичности. | -Разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты по рекламе и связям с общественностью. - Разрабатывать внутренние коммуникации по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. - Разрабатывать внутренние коммуникации и мероприятия, направленные на корпоративную культуру идентичность. | -Навыками коммуникационного взаимодействия между организацией и ее целевой аудиторией. - Технологиями формирования коммуникационной политики компании, направленной на внутреннюю и внешнюю аудиторию. - Навыками по формированию корпоративной идентичности. |

Тип задач: Организационный

ПК-УВ1 - Способен формулировать предложения по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг.

| | | | |
|--|---|--|---|
| - Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке. - Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг. | Знать | Уметь | Владеть |
| | - Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития. - Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг. | - Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. - Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования. | - Технологией формирования комплекса продвижения товаров и услуг. - Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения. |

2. Содержание дисциплины (модуля)

| Наименование раздела (дисциплины, модуля) | Содержание обучения | Объем часов | Планируемые результаты обучения (код компетенции) |
|---|---|--------------------|--|
| Тема 1. Сущность и основные принципы PR-проектирования. | Лекция Основные вопросы темы: Понятие «PR-проект» : сущность и основные черты Стадии разработки PR-проекта: сущность и основные черты Основные принципы PR-проектирования | 2 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Практические занятия | Основные стадии разработки PR-проекта | 9 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п) | <i>«Не предусмотрены»</i> | | |
| Самостоятельная работа | - эссе - выполнение практического задания | 4 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Тема 2. Проект как способ | Лекция | 2 | ПКО-1, |

| | | | |
|---|--|---|------------------|
| организации связей с общественностью. | Основные вопросы темы: PR-проект и PR-кампания Сущность PR-проекта, алгоритм его построения | | ПК-УВ1 |
| Практические занятия | Формирование идеи проекта Оценка внешней и внутренней среды организации, ее миссии и целей. Целевые аудитории в PR | 8 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п) | <i>«Не предусмотрены»</i> | | |
| Самостоятельная работа | - эссе - выполнение практического задания | 4 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Тема 3. Практика PR-проектирования | Основные вопросы темы: Создание общей концепции PR-проекта Разработка бюджета PR-проекта Оценка разработанного PR-проекта Подготовка места проведения PR-проекта (при разработке event-мероприятий) Организация работы с поставщиками и подрядчиками (персонал, артисты, полиграфические центры и др.) Комплексная работа со средствами массовой информации Реализация PR-проекта, контроль каждого этапа Подведение итогов, КРІ, качественная и количественная оценка эффективности | | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Практические занятия | 1. Создание стратегии PR-проекта: • анализ рынка; • определение места PR-проекта и связи с общей концепцией PR-деятельности предприятия; • постановка целей и задач PR-проекта; • постановка общей концепции развития предприятия. 2. Определение целевой аудитории 3. Создание общей концепции PR-проекта • разработка идеи; | 9 | ПКО-1, ПК-УВ1 |

| | | | |
|---|--|----|------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • позиционирование; • выбор PR-инструментов для реализации; • визуальные и креативные решения. <p>4. Подготовительный этап и выбор формата</p> <ul style="list-style-type: none"> • разработка документации; • создание технического задания; • разработка медиа-карты; • создание сценария. <p>5. Разработка бюджета PR-проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение финансовых целей; • создание списка финансовых издержек; • определение потенциального дохода от PR-проекта; • расчет точки безубыточности. <p>6. Оценка разработанного PR-проекта</p> <p>7. Подготовка места проведения PR-проекта (при разработке event-мероприятий)</p> <p>8. Организация работы с поставщиками и подрядчиками (персонал, артисты, полиграфические центры и др.)</p> <p>9. Комплексная работа со средствами массовой информации</p> <p>10. Реализация PR-проекта, контроль каждого этапа</p> <p>11. Подведение итогов, KPI, качественная и количественная оценка эффективности</p> | | |
| Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п) | «Не предусмотрены» | | |
| Самостоятельная работа | - эссе - выполнение практического задания | 4 | ПКО-1, ПК-УВ1 |
| Всего | | 42 | |

3. Форма аттестации

Форма промежуточной аттестации: экзамен

4. Оценочные материалы дисциплины (модуля)

Вопросы для экзамена

Код контролируемой компетенции: ПКО-1, ПК-УВ1.

| № п/п | Содержание вопроса |
|-------|--|
| 1 | Понятие «PR-проект»: сущность и основные черты |
| 2 | PR-проект и PR-кампания |
| 3 | Стадии разработки PR-проекта: сущность и основные черты |
| 4 | Основные принципы PR-проектирования |
| 5 | Сущность PR-проекта, алгоритм его построения. |
| 6 | Создание общей концепции PR-проекта |
| 7 | Разработка бюджета PR-проекта |
| 8 | Оценка разработанного PR-проекта |
| 9 | Подготовка места проведения PR-проекта (при разработке event-мероприятий) |
| 10 | Организация работы с поставщиками и подрядчиками (персонал, артисты, полиграфические центры и др.) |
| 11 | Комплексная работа со средствами массовой информации |
| 12 | Реализация PR-проекта, контроль каждого этапа |
| 13 | Подведение итогов, KPI, качественная и количественная оценка эффективности |
| 14 | Оценка внешней и внутренней среды организации, ее миссии и целей |

Тесты

Код контролируемой компетенции: ПКО-1, ПК-УВ1.

1. Определите ситуации, которые являются преимуществами проектной организационной структуры:

- а) руководитель проекта имеет полное руководство над проектом.
- б) оборудование и люди объединены через проекты.
- в) линии коммуникаций сокращены.
- г) командная работа и чувство сопричастности.
- д) члены команды подчинены одному руководителю.

2. Какие из следующих показателей представляют интерес в управлении проектом?

- а) время
- б) стоимость
- в) доступность ресурсов .

3. Для критического пути проектных работ, чтобы быть наиболее эффективным, работы или задачи проекта должны быть:

- а) отчетливо выраженными.
- б) независимыми.
- в) упорядоченными.
- г) все вышеуказанное.

4. Раннее время завершения работ равняется:

- а) самое раннее возможное время начала работ.
- б) самое раннее стартовое время плюс время выполнения работ.
- в) самое последнее время выполнения работ без резервного времени.
- г) самое раннее время деятельности минус время выполнения работы.
- д) самое последнее стартовое время минус время выполнения работ.

5. Какой фактор из нижеперечисленных тезисов - основной недостаток матричного метода управления проектом?

- а) единственный руководитель проекта признан ответственным за успешное завершение проекта.
- б) участники группы должны оставить их функциональные обязанности в фирме и заняться только карьерным ростом в системе управления проектом.
- в) связь между функциональными обязанностями строго определена.
- г) участники проектной команды подчиняются одновременно двум руководителям, что создает возможности потенциального конфликта.
- д) комбинация функциональных знаний многих подготовленных работников может дать синергические решения возникающих проблем.

6. Что такое жизненный цикл инвестиционного проекта?

- а) продолжительность выполнения мероприятий по проекту от момента зарождения идеи до ее полной реализации.
- б) временной интервал, характеризующий продолжительность, выполнения работ по данному проекту.
- в) промежуток времени от момента обоснования проекта до момента получения инвестиций в проект.

7. Что включает в себя жизненный цикл проекта?

- а) стадии и этапы.
- б) этапы.
- в) фазы, стадии и этапы.

8. Что такое коммерческая эффективность проекта?

- а) целесообразность реализации проекта с позиций его инициаторов.
- б) выгодность осуществления данного проекта с точки зрения решения социально-экономических задач.
- в) эффективность внедрения проекта с позиций бюджетов различных уровней.

9. Каковы методы количественной оценки коммерческой эффективности проектов?

- а) метод внутренней нормы возврата.
- б) метод чистого дисконтированного дохода,
- в) метод срока возврата.
- г) все перечисленные.

10. Бизнес-план является:

- а) частью инвестиционного проекта;
- б) технико-экономическим обоснованием инвестиционного проекта;
- в) документом, разрабатываемым независимо от разработки инвестиционного проекта.

11. Структура бизнес-плана обязательно должна включать:

- а) финансовый план;

- б) организационный план;
- в) производственный и финансовый план;
- г) производственный и организационный план;
- д) план маркетинга;
- е) все перечисленные разделы.

12. На какой фазе проектирования производится подготовка и обучение персонала?

- а) предварительный анализ
- б) инвестиционная фаза
- в) внедрение проекта

13. На каком этапе реализации проекта определяется перечень целей, требований и задач проекта?

- а) разработка концепции
- б) анализ проблемы
- в) разработка проекта

Тематика эссе

1. Примеры успешной реализации рекламных проектов компаниями, производящими товарную продукцию (Основные параметры проектов).
2. Примеры успешной реализации PR-проектов компаниями, производящими услуги (Основные параметры проектов).
3. Примеры успешной реализации PR-проектов на государственном и межгосударственном уровне (Основные параметры проектов).
4. Краткая характеристика современных инструментов управления проектами.
5. Понятие уникальности проектов. Проявления уникальности.
6. Условия управления проектами внешними операторами. Достоинства и недостатки.
7. Условия управления проектами внутренним оператором. Достоинства и недостатки.
8. Задачи команды, управляющей реализацией PR-проектами
9. Условия, необходимые для подготовки PR-проектов.
10. Инструменты оперативного управления проектами.
11. Инструменты стратегического управления проектами.
12. Роль стратегии проекта для его реализации.

Требования к оформлению эссе

Промежуточная аттестация – может проводиться в форме защиты слушателями эссе. Тематика эссе может быть выбрана слушателями самостоятельно в рамках предлагаемых тем.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 3 и не более 6 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

Структура работы - введение, основная часть, заключение, список литературы.

Критерии оценки экзамена:

| Оценка | Шкала |
|---------------------|---|
| Отлично | <p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу. |
| Хорошо | <p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу. |
| Удовлетворительно | <p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Неудовлетворительно | <p>Слушатель демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

| Число правильных ответов | Оценка | Уровень сформированности компетенции |
|----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 90-100% правильных ответов | Оценка «отлично» | Повышенный |
| 70-89% правильных ответов | Оценка «хорошо» | Повышенный |
| 51-69% правильных ответов | Оценка «удовлетворительно» | Пороговый |

| | | |
|------------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| Менее 50% правильных ответов | Оценка «неудовлетворительно» | Компетенция не сформирована |
|------------------------------|------------------------------|-----------------------------|

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1.Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4.
<https://www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4>

Дополнительная литература:

1.Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для слушателей вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57080>.

2.Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-4257-0091-9.

Электронные и Internet-ресурсы:

1. <https://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
2. <http://www.press-service.ru/> - Журнал «Пресс служба»
3. <http://www.branding.ru/> - Портал «Брендинг.Ру»
4. <http://www.media-21vek.ru/>- журнал «MASSMEDIA. XXI век»
5. <http://pr-info.ru/> - Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте»
6. <http://www.pr-news.spb.ru/> - Интернет-сайт газеты «PR-news»
7. <http://www.createbrand.ru/> - Специализированный интернет-портал «Создание бренда»