

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:31:11
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a740e84ade01ab5ba07a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рекламы и PR

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 Журналистика
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

Год начала обучения

2026 г.

Форма обучения

Очная

Реализуется в семестре

3

Разработано

Доцент департамента медиакоммуникаций,

канд. псих. наук, доцент

Белая О.П

Ставрополь, 2026

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Основы рекламы и PR» – формирование компетенций в области рекламы и связей с общественностью, позволяющих грамотно использовать все многообразие коммуникативных инструментов в практической деятельности, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Задачи:

1. Изучение основных аспектов современной рекламной и PR-деятельности;
2. Овладение основами разработки и реализации рекламных и PR-кампаний, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
3. Изучение теоретических основ и практики рекламной и PR-работы в глобальной сети Интернет;
4. Изучение прикладных вопросов компьютерных и сетевых технологий, возможностей их использования в PR и рекламной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

«Основы рекламы и PR» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1 _{ОПК-5} Разбирается в политических, экономических факторах, правовых и этических нормах, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2 _{ОПК-5} Осуществляет профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Разбирается в политических, экономических факторах, правовых и этических нормах, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Осуществляет профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля*

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	

Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/0
Самостоятельная работа	18/0
Формы контроля:	
Экзамен	54/0

Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма		Формы текущего контроля	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			
			Лекции	Практические занятия		
1	Реклама и пиар как коммуникационный процесс и как сфера предпринимательской деятельности 1. Сущность и цели интегрированных маркетинговых коммуникаций 2. PR и реклама в структуре маркетингового комплекса 3. Каналы в структуре маркетинговых коммуникаций 4. Основные тапы разработки эффективной программы коммуникаций	ОПК-5, ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	Самостоятельная работа, часов 2/0	Собеседование
2	Основные подходы к определению и классификации PR 1. Определения PR. 2. Классификация PR по аудиториям.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
	3. Классификация PR по задачам (специализация по отраслям).					

3	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий 1. Продвижение в СМИ (медиарилейшнз). 2. Продвижение в социальных медиа. 3. Проведение специальных мероприятий.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
4	Жанровая классификация и типология PR-текстов 1. Простые первичные PR-тексты. 2. PR-медиа-тексты. Смежные PR-тексты. Фотография как PR-текст 3. Комбинированные PR-тексты.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
5	Реклама в современном обществе 1. Понятие рекламы. 2. Значение и роль рекламы в современном обществе. 3. Мировой рынок рекламы.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
6	Классификация рекламы. Структура рекламной деятельности 1. Классификации рекламы. 2. Понятие рекламной деятельности. 3. Основные этапы рекламной деятельности: исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль эффективности рекламы. 4. Маркетинговая концепция – исходная позиция рекламной деятельности.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
7	Организация рекламной кампании. Структура рекламного текста 1. Планирование рекламных мероприятий. 2. Цели рекламной кампании. 3. План рекламной кампании. 4. Структура вербальной части рекламы. 5. Имя бренда. 6. Уникальное торговое предложение (УТП). 7. Система аргументации в рекламе.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
8	Психологические аспекты деятельности в рекламе и PR 1. Психологическая структура эффективного рекламного образа. 2. Принцип AIDA. 3. Психологические принципы организации PR. Психотехнологии воздействия на сознание и подсознание. 4. Этапы психологического воздействия в рекламе и PR. 5. Взаимодействие рациональных и эмоционально-экспрессивных средств воздействия рекламы и PR на целевую аудиторию.	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование

9	Правовые основы рекламной и PR-деятельности 1. Профессиональные кодексы PR. 2. Нарушение законодательства в сфере PR 3. Федеральный Закон о рекламе. 4. Этическое регулирование рекламы	ОПК -5 ИД-1 _{ОПК-5} ИД-2 _{ОПК-5}	2/0	2/0	2/0	Собеседование
	Итого за 3 семестр		18/0	18/0	18/0	
	Итого		18/0	18/0	18/0	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически заверченный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 29.12.2021).
2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же

[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093> (26.02.2019).

3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80707.html> (дата обращения: 29.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.1.2 Перечень дополнительной литературы:

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> (дата обращения: 29.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

2. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57080.html> (дата обращения: 29.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 324 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042> (дата обращения: 29.12.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Основы рекламы и PR» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Белая О.П. – Ставрополь: СКФУ, 2026.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Основы рекламы и PR» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Белая О.П. – Ставрополь: СКФУ, 2026.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru ;
2.	Научная электронная библиотека e-Library – https://elibrary.ru ;
3.	«Фолиант» – http://catalog.ncstu.ru ;
4.	Электронная библиотека диссертаций РГБ – http://diss.rsl.ru ;

5.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) http://uisrussia.msu.ru ;
6.	Scopus – http://www.scopus.com ;
7.	Web of Science – http://apps.webofknowledge.com

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	АЛЬТ «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для

синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.