

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Таганрогского института
имени А. П. Чехова (филиала)
РГЭУ (РИНХ)
_____ С. А. Петрушенко
«25» мая 2026 г.

Рабочая программа дисциплины
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы бакалавриата
42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Для набора 2026 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **русского языка и литературы****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	14 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	30	30	30	30
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	28	28	28	28
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 03.03.2026, протокол № 9.

Программу составил(и): канд. филол. наук, Зав. каф., Субботина Т.М.

Зав. кафедрой: Субботина Т.М.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» посвящена изучению структуры и содержания деятельности современной пресс-службы в государственных органах (GR), на предприятиях и внекоммерческих организациях, в политических объединениях, а также отделов рекламы на предприятиях. Студенты знакомятся с формами и методами работы современной пресс-службы (отдела рекламы), функциональными обязанностями пресс-секретаря (специалиста по связям с общественностью), технологиям и проведения специальных мероприятий по продвижению товара или услуги (BTL, direct-mail и др.) с основными подходами к составлению медиа-плана и пиар-программы предприятия (организации), медиа-карты, правовыми аспектами предоставления информации для СМИ. При изучении курса студенты овладевают практическими знаниями по составлению различных видов PR-документов, используемых в работе с СМИ, проведением аккредитации журналистов, мониторинга прессы (пресс-клиппинг), технологией организации пресс-конференций брифингов.
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1:	Способен организовать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия, содействующие увеличению продаж в онлайн и офлайн среде
ПК-1.1:	Знает методы разработки и организации цифровых коммуникационных кампаний
ПК-1.2:	Умеет формировать и разрабатывать рекламные проекты и мероприятия в онлайн и офлайн среде
ПК-1.3:	Владеет навыками реализации цифровых рекламных проектов и мероприятий, содействующих увеличению продаж

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

Методы разработки и организации цифровых кампаний.

Способы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

Организационную структуру предприятия; роль и функции отдела рекламы и сов организации; специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом; практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

Уметь:

Формировать и разрабатывать рекламные проекты и мероприятия в онлайн и офлайн среде.

Применять способы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

Находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность, оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; вырабатывать нестандартные решения, принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников. квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников

Владеть:

Навыками реализации цифровых рекламных проектов и мероприятий, содействующих увеличению продаж.

Способами планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

Навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ PR-ОТДЕЛА

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения	Лекционные занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
1.2	Квалификационные характеристики и профессиональные требования к должностям специалистов отдела связей с общественностью	Лекционные занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1

					ПК-1.2 ПК-1.3
1.3	Организационно-правовой статус PR-службы в организации	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
1.4	Экономическое положение PR-службы в организации	Самостоятельная работа	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
1.5	Планирование, программирование и подготовка концепции работы PR-отдела	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
1.6	Организация рабочего места сотрудника отдела по связям с общественностью. Охрана труда	Самостоятельная работа	6	6	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

Раздел 2. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕГМЕНТ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Методы сбора информации	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
2.2	Модератор и его задачи в проведении фокус-групп. Методика проведения фокус-групп	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
2.3	Современные технологии обработки статистических данных	Самостоятельная работа	6	6	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

Раздел 3. ТВОРЧЕСКИЙ СЕГМЕНТ РАБОТЫ PR-ОТДЕЛА

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Творческий сегмент работы PR-отдела	Лекционные занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

Раздел 4. АНАЛИТИЧЕСКИЙ СЕГМЕНТ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
4.1	Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью. Мониторинг состояний информационной среды	Лекционные занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

Раздел 5. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ PR-ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ СО СМИ

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
5.1	Основные принципы формирования информационной политики организации	Лекционные занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
5.2	Media relations	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
5.3	Подготовка и рассылка пресс-релизов	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2

					ПК-1.3
5.4	Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий	Самостоятельная работа	6	6	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
Раздел 6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-ОТДЕЛА					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
6.1	Принципы оценки эффективности деятельности PR-отдела	Лекционные занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.2	Методы оценки эффективности	Практические занятия	6	4	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.3	Оценка эффективности отдельных PR-инструментов	Практические занятия	6	2	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.4	PR-аудит	Самостоятельная работа	6	6	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.5	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	6	36	ПК-1 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г.	Основы рекламы: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142
2	Антипов К. В.	Основы рекламы: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Щепилова Г. Г., Щепилов К. В.	Основы рекламы: учебник для бакалавров: учебник	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663
2	Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А.	Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения	Санкт-Петербург: Питер, 2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=357977

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Ассоциации коммуникативных агентств России www.akarussia.ru
 2. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью www.akospr.ru
 3. Портал: Реклама Маркетинг PR (аналитика, креатив, тендеры) sostav.ru
- Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>
 Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>
 Справочная правовая система КонсультантПл

5.3. Перечень программного обеспечения**5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.