

## 5.2. Содержание разделов программы профессиональной переподготовки «Реклама и связи с общественностью»

Таблица 6.

| №<br>п/п | Наименование раздела и тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Виды самостоятельной работы<br>слушателей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> | <b>Теория и практика связей с общественностью.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|          | Связи с общественностью: понятие, сущность, роль, специфика, принципы, функции, цели.<br>PR в системе интегрированных коммуникаций.<br>Процесс коммуникации в связях с общественностью, основные каналы коммуникации, инструменты в связях с общественностью. Связи с общественностью в мире и в России.<br>Исследования в связях с общественностью.<br>Имидж: конструирование и позиционирование. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.<br>Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций (product – placement, PR-проект). Политический PR. Организация PR-структуры. Оценка эффективности PR-деятельности. | История возникновения и становления PR. История PR в России. Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, маркетинг, лоббирование и т.д.): сходства и различия. Связи с общественностью как функция менеджмента. Основные модели развития PR: манипуляция, паблисити, пропаганда, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация. Потребностные мифологии. Мифологические аргументации. Бизнес-ритуалы. Корпоративный праздник как бизнес-ритуал. |
| <b>2</b> | <b>Организация работы со СМИ.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|          | СМИ как основной канал коммуникации в работе PR-специалиста;<br>Конструирование новостей, создание информационных поводов;<br>Медиакарта;<br>Основные виды работы компании со СМИ (пресс-конференции, пресс-туры, пресс-ланчи, семинары, конкурсы для журналистов);<br>Ключевые PR-документы: пресс-релиз, бекграундер, приглашение, заявление для прессы.                                                                                                                                                                                                                                                                      | СМИ как медиа - политическая система. Телевидение, радио, печатные СМИ: особенность и возможности охвата целевых аудиторий.<br>Способы создания и усиления новостей: привязка новости к определенной знаменательной дате или к событию, имеющему большое значение для общества; события на выбор; демонстрация различных взглядов, подходов; присутствие влиятельных людей; сочетание новости с общественно важной проблемой, интрига как двигатель новостей, скандал.                                                                                          |
| <b>3</b> | <b>Digital-маркетинг</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|          | Введение в digital-маркетинг: понятие, цели и перспективы digital-маркетинга. Особенности онлайн-коммуникаций. Понятие digital-среды. Анализ и привлечение целевой аудитории. Посадочные страницы. Контент маркетинг. Поисковая оптимизация сайта. Веб-аналитика. Формы, методы и особенности настройки контекстной рекламы. Продвижение с помощью социальных                                                                                                                                                                                                                                                                   | Современные направления и инструменты развития маркетинга. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| №<br>п/п | Наименование раздела и тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Виды самостоятельной работы<br>слушателей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | медиа.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>4</b> | <b>Теория и практика рекламы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|          | Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Функции рекламы. Целевая аудитория. Психологическое воздействие рекламы. Структура креативного рекламного продукта. Вербальные средства рекламного продукта. Невербальные константы рекламного продукта. Дополнительные элементы креатива. Рекламная кампания: классификация, цели, планирование. Рекламный бюджет.      | Каналы распространения рекламы. Восприятие рекламы потребителем. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / B2C. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг. Нестандартные формы и методы рекламы. Коммерческое предложение: понятие, правила составления, структура. Рекламное агентство: типология, структура, схема работы |
| <b>5</b> | <b>Медиапланирование</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|          | Медиапланирование как сфера деятельности в рекламе. Основные показатели медиапланирования. Процесс медиапланирования. Принципы подбора рекламодателя при организации рекламной компании. Специфика планирования в разных медианосителях. Медиапланирование в связях с общественностью.                                                                                               | Средства распространения рекламы. Критерии и принципы выбора каналов распространения рекламы. Размещение рекламы в СМИ. Формирование медиаплана. Контроль и оценка эффективности медиаплана. Медиапланирование в связях с общественностью.                                                                                                                               |
| <b>6</b> | <b>Основы копирайтинга</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|          | Понятие «рекламный текст». Основной рекламный текст (ОРТ). Слоган. Заголовок рекламного текста. Лингвистика рекламного текста. Маркетинговая реклама в тексте. Имя бренда. Коммуникативная эффективность рекламного текста. SEO-копирайтинг.                                                                                                                                         | Аргументация в рекламе. Жанры рекламных текстов. Классификации слоганов по цели рекламной кампании, по значению, по структуре. Языковые приемы создания слоганов. Требования к эффективному заголовку. Виды заголовков с точки зрения прозрачности содержания. Графические приемы выделения текста                                                                       |
| <b>7</b> | <b>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|          | Источники стандартизированной маркетинговой информации. Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей и задач. Некоторые проблемы, возникающие при разработке инструментария проекта исследования. Методы сбора данных в PR-деятельности. Кабинетные методы сбора данных. Качественные методы сбора данных. Глубинное интервью и фокус-группы. Анализ и интерпретация данных. | Проективные техники. Общая характеристика количественных методов. Измерения в маркетинговых исследованиях. Разработка форм для сбора данных. Этапы разработки анкеты.                                                                                                                                                                                                    |
| <b>8</b> | <b>Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|          | Источники правового регулирования рекламной деятельности. Субъекты                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Принципы правового регулирования рекламной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| №<br>п/п                                                             | Наименование раздела и тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Виды самостоятельной работы слушателей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | рекламного рынка. Общие требования к рекламе. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Право и политический PR. Правовой режим предвыборной агитации и ответственность за нарушение законодательства о предвыборной агитации. Авторское право в связях с общественностью и смежных видах деятельности. Товарный знак, знак обслуживания и право на средства индивидуализации. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной и PR- деятельности. Саморегулирование в сфере рекламы и PR. Юридическая ответственность в сфере рекламы и PR. | Особенности договоров, заключаемых в сфере рекламы и PR.<br>Защита прав и интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы<br>Правовое регулирование социальной рекламы.<br>Особенности правового регулирования рекламной и PR-деятельности в зарубежных странах.<br>Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений<br>Правовое регулирование деятельности журналистов и средств массовой информации. |
| 9                                                                    | <b>Организация и проведение коммуникационных кампаний</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                      | Сущность рекламной и PR-кампании. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Подготовка кампании по рекламе и связям с общественностью. Определение проблемы, анализ аудитории, выявление целевых групп общественности. Планирование рекламных и PR-программ. Способы постановки целей и задач. Основные мероприятия по рекламе и связям с общественностью: типология, особенности, различия в организации специальных мероприятий. Коммуникация в рамках PR-кампании. Оценка эффективности PR и рекламной деятельности.                                                                                                                                                                                                    | Место и роль специалистов по рекламе и связям с общественностью в организации. Их задачи и функциональные обязанности.<br>Коммуникационный аудит: определение и сущность.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Итоговая аттестация:</b><br>защита итоговой аттестационной работы |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### 5.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы профессиональной переподготовки «Реклама и связи с общественностью».

1. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. -