

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет «Историко-филологический»

Кафедра «Журналистики и связей с общественностью»

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для студентов заочной формы обучения

по дисциплине

«Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»

Программа подготовки: бакалавриат

Квалификация – бакалавр

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 108 часов, 3 зачетные
единицы.

Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен в 5 семестре.

Семестр –5.

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

1 раздел	Общественное мнение и возможности влияния на него
2 раздел	Инфоповоды: технологии создания
3 раздел	Имидж и репутация: способы улучшения
4 раздел	Упаковка как способ привлечения внимания аудитории

Семестр 5

Форма промежуточного контроля

Контрольная работа

1. Анализ креативного применения опросов общественного мнения в медиа (СМИ, соцсети)
2. Решение кейсов по теме «Инфоповоды в государственных и коммерческих структурах».
3. Анализ имиджа успешных представителей бизнеса и лидеров мнений
4. Разработка креативной упаковки для товаров массового потребления

Экзамен

Экзамен ставится по итогам сдачи контрольной работы по каждой изучаемой теме.

Требования к контрольному заданию

1. Каждое задание выполняется студентом самостоятельно. Тексты, фото, видео должны быть авторскими
2. Использование материалов из Интернета согласовывается с преподавателем и используется только при необходимости
3. Размер, количество и объем задания определяется преподавателем.
4. Готовое задание должно быть представлено в форме презентации или инфографики

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

PR. Полное руководство, Маркони, Дж., 2006

Вартанова, Е. Л. (2018). From the Theories of Press to the Models of Mass Media: Considering the History of the Genesis of Comparative Studies on Media Systems Abroad ; От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsbas&AN=edsbas.ECB1AE4A>

Чаган Н.Г. - PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга - Русайнс - 2018 - 341с. - ISBN: 978-5-4365-1193-1 - Текст электронный // ЭБС BOOKRU - URL: <https://book.ru/book/926605>

Чаган Н.Г. - Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями. Учебное пособие - Русайнс - 2018 - 289с. - ISBN: 978-5-4365-2933-2 - Текст электронный // ЭБС BOOKRU - URL: <https://book.ru/book/931049>

Рекомендуемая дополнительная литература

PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила: Учебное пособие / Умаров М.Ю. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 230 с.: ISBN 978-5-9614-5746-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/911712>

Базы данных, информационно-справочные системы:

Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика // http://www.edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l

Преподаватель _____ Ю. А. Полякова

Заведующий кафедрой _____ И. В. Ерофеева