

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**специального курса**  
**в рамках проекта «Медиакласс в Московской школе»**  
**«Реклама и связи с общественностью»**

**10 класс**

**34 часа**

**Автор-составитель: А.К. Дениева,**  
**к.п.н., доцент РГГУ**

**Москва**  
**2021**

## **1. Планируемые результаты освоения курса**

### **Личностные:**

- понимание значимости владения искусством слова для успешности в профессиональной деятельности и межличностном общении;
- стремление к речевому самосовершенствованию; умение осмыслить собственный речевой поступок и адекватно себя оценивать;
- осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем.

### **Метапредметные:**

- владение всеми видами речевой деятельности;
- применение приобретенных коммуникативных (риторических) навыков в повседневной жизни;
- организация эффективного взаимодействия с окружающими людьми в процессе речевого общения, совместного выполнения проекта, участия в дискуссиях;
- овладение национально-культурными нормами речевого поведения в различных ситуациях формального и неформального межличностного и межкультурного общения;
- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, владение навыками получения необходимой информации из словарей разных типов, умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- умение самостоятельно оценивать и принимать решения, определяющие стратегию поведения, с учетом гражданских и нравственных ценностей;

- умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты.

### **Предметные:**

- сформированность мировоззренческой, ценностно-смысловой сферы обучающихся, российской гражданской идентичности, поликультурности, толерантности, приверженности ценностям, закрепленным Конституцией Российской Федерации;

- понимание роли России в многообразном, быстро меняющемся глобальном мире;

- сформированность навыков критического мышления, анализа и синтеза, умений оценивать и сопоставлять методы исследования, характерные для общественных наук;

- сформированность умений обобщать, анализировать и оценивать информацию: теории, концепции, факты, имеющие отношение к общественному развитию и роли личности в нем, с целью проверки гипотез и интерпретации данных различных источников; владение знаниями о многообразии взглядов и теорий по тематике общественных наук;

- сформированность навыков оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития;

- умение общаться в соответствии с речевой ситуацией, в том числе и импровизировать, соблюдая при этом критерий уместности использования речевого жанра.

Предметом программы являются реклама и связи с общественностью, представляющие собой технологии и принципы взаимоотношений различных структур, функционирующих в общественно-политической, экономической, социальной, научной и культурной сферах.

Цель программы: изучение предметной специфики рекламы и связей с общественностью, как теории, так и практики, в качестве самостоятельной области знания, создающей инструментарий для эффективной коммуникации и гармонизации отношений между различными структурами, социальными группами и индивидуумами в обществе.

Программа базируется на теоретических основах коммуникации, маркетинга и менеджмента.

## **2. Содержание учебного курса**

Тематический план программы «Реклама и связи с общественностью»

для школьников 10 классов проекта «Медиакласс»

### **1. Современное общество**

тезаурус, пропаганда, реклама, связи с общественностью

Основные сферы общественных связей в современном обществе. Новый уровень знаний об обществе, информационное общество, роль общества, новое качество внутри общественных отношений и процессов, массовость явлений коммуникации. Формирование позитивного отношения общества, общественного мнения. Краткая история становления индустрии общественных связей в России и в других странах. Особенности трактовки понятия «Public relations» (связи с общественностью). Определения PR. Цели, задачи и функции PR, основные виды PR-деятельности. Бизнес-PR. Политический PR, Социальный PR, государственный PR, инвестиционный PR. Работа современных пресс-служб, работа со СМИ. Роль PR в формировании репутации и имиджа.

## **2. Наука о коммуникациях**

Модели коммуникации. Коммуникатология как часть эффективной системы управления информационными потоками. Способы работы с информацией, организация информационных потоков. Конструирование информационного пространства. Понятия рекламы, маркетинга, брендинга как схожих сфер деятельности. Роль психологии в рекламе и PR, способы привлечения внимания. Психологические приемы в PR. Знание об особенностях поведения людей. Межличностные, групповые и массовые коммуникации: особенности и способы выстраивания. Внешние и внутренние коммуникации. Оформление вербальной информации в работе по связям с общественностью. Жанры и формы текстовых документов в работе по связям с общественностью. Базовые PR-инструменты: тексты и документы, мероприятия. Трансляция смыслов, информационная упаковка, подготовка пресс-релиза, подготовка мероприятия.

## **3. Технологии и техники рекламы и связей с общественностью**

Средства массовой информации, средства массовой коммуникации, социальные сети, понятие «кампания» в области рекламы и связей с общественностью. Типы кампаний в области рекламы и связей с общественностью. Основная схема в PR-деятельности, типы кампаний в области рекламы и связей с общественностью.

Исследование и анализ в PR. Целевые аудитории, ключевые сообщения, каналы коммуникации. SWOT-анализ, модель RACE. Успешные кейсы в международной и российской практике.

## **4. Государственная политика в области рекламы и СО**

Реклама и PR на государственном уровне. Правовые нормы, институциональные формы, этические нормы, структуры гражданского общества, роль общества в формировании общественной национальной повестки. Общественная палата РФ, Совет по правам человека, общественные советы, общественный контроль, общественная экспертиза, общественные мероприятия, нормативно-правовая база общественных связей. Деятельность профессиональных ассоциаций и союзов. Этический и профессиональный кодексы PR.

## **5. Цифровые медиа**

Понятие медиа. Цифровые коммуникации, социальный медиамаркетинг, интернет-пространство, манипуляции и фейки, защита информации от искажений. Создание online- и offline-мероприятия. Информационный повод, обратная связь, инфлюенсеры, медиалица, медиарилейшнз, современный блоггинг, таргетинг, изобразительно-выразительные средства в рекламе и PR-

визуализация, виды рекламы, дизайн в рекламе, дополненная и виртуальная реальность.

#### **6. Диалог со школьником. Российская специфика сферы рекламы и СО**

Создание индивидуального PR-проекта, специфика российского и международного PR-пространства, подготовка специалистов по эффективной коммуникации, особенности современного кадрового рынка PR. Требования к PR-специалисту. Современный портрет PR-специалиста. Формирование личного бренда. Рекомендации в работе с информацией, медиаграмотность.

### **3. Тематическое планирование**

№	Темы	Количество часов
<b>1. Современное общество</b>		
1.	Вводная лекция-визуализация с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, дискуссия. Основные сферы общественных связей в современном обществе	2
2.	История становления рекламы и связей с общественностью в России	2
3.	Понятие PR (Public Relations). Основные виды PR-деятельности	2
<b>2. Наука о коммуникациях</b>		
4.	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, разбор кейсов, дискуссия. Модели коммуникации. Управление информацией	2
5.	Роль психологии в рекламе и PR. Внешние и внутренние коммуникации	2
6.	Базовые инструменты в PR. Информационная упаковка, продвижение	2
<b>3. Технологии и техники рекламы и связей с общественностью</b>		
7.	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, дискуссия, практика. Средства массовой информации. PR-кампания	1

8.	Исследование и анализ в PR	2
<b>4. Государственная политика в области рекламы и СО</b>		
9.	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, разбор кейсов, дискуссия. PR на государственном уровне. Коммуникации с органами власти	2
10.	Правовые основы и общественные институты	2
11.	Этический и профессиональный кодексы PR	2
<b>5. Цифровые медиа</b>		
12.	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, дискуссия, практика. Понятие медиа и цифровые коммуникации	2
13.	Социальные сети и информационные поводы online/offline	2
14.	Изобразительно-выразительные средства в рекламе и PR	2
<b>6. Диалог со школьником. Российская специфика сферы рекламы и СО</b>		
15.	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора, защита проекта. Особенности российской и международной специфики в PR	1
16.	Современный портрет специалиста в рекламе и PR	2
17.	Создание индивидуального PR-проекта	2
18.	Подготовка презентации. Защита проекта	2
	<b>Итого часов</b>	<b>34</b>