

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Мастер-класс "Экология и Пиар в современном мире" БЗ.ДВ.2

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сунцов А.В.

Рецензент(ы):

Беляев В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Сунцов А.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций , Anton.Suncov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- понимать природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы экологических PR;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики экологических PR-кампаний;
- владеть средствами и методами процесса по Связям с общественностью;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения экологических PR-кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;
- совершенствовать современные теорико-методологические представления Связей с общественностью, овладеть методами, современными технологиями их проведения.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Курс "Экология и PR в современном мире" относится к числу базовых курсов в подготовке бакалавра. На курс "Экология и PR в современном мире" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение коммуникативных аспектов науки в подготовке бакалавра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные составляющие организации и проведения PR-кампаний в экологической сфере;
- основную терминологию связей с общественностью;
- технологии, методы и инструменты связей с общественностью;
- стандарты проведения и регламентации PR-деятельности;
- принципы разработки и планирования PR-мероприятий;

2. должен уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках кампаний по привлечению инвестиций;
- использовать в практической работе полученные знания.

3. должен владеть:

- терминологическим аппаратом Связей с общественностью;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по Связям с общественностью;
- основную терминологию PR;
- технологию, методы и инструменты экологических PR;
- стандарты проведения и регламентации коммуникативной и рекламной деятельности;
- принципы разработки и планирования экологических PR-мероприятий;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках экологических PR-кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- терминологическим аппаратом Связей и общественностью;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;

- навыками сравнительного анализа;
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность и основные категории экологических PR. Основы PR-деятельности в сфере экологии. Этические аспекты экологических PR.	7		6	6	0	устный опрос
2.	Тема 2. Основные мероприятия по экологическим PR, их организации в рамках кампании по Связям с общественностью.	7		6	6	0	устный опрос
3.	Тема 3. Прогнозирование и планирование экологической PR-кампании. Содержание планов экологических PR. Технологии PR в сфере экологии. Основные субъекты PR-деятельности в области экологии.	7		6	6	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.	7		6	6	0	устный опрос
5.	Тема 5. Государственная власть как главный участник оздоровления экологии. Анализ законодательной базы и материалов в области деятельности органов государственной власти в сфере экологии.	7		6	6	0	устный опрос
6.	Тема 6. Формирование интереса к экологии в условиях экологического кризиса. PR-методы выхода из ситуации экологического кризиса.	7		6	6	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			36	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и основные категории экологических PR. Основы PR-деятельности в сфере экологии. Этические аспекты экологических PR.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Определение, сущность связей с общественностью в экологической сфере. Исторические аспекты зарождения ?зеленых? PR. Целевые аудитории экологического PR. Цели и задачи экологического PR.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Определение, сущность связей с общественностью в экологической сфере. 2. Исторические аспекты зарождения ?зеленых? PR. 3. Целевые аудитории экологического PR. 4. Цели и задачи экологического PR. 5. Экологический PR и политика. 6. Экологический PR и бизнес.

Тема 2. Основные мероприятия по экологических PR, их организации в рамках кампании по Связям с общественностью.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Экологический менеджмент предприятия как часть общей системы менеджмента. Основные принципы создания системы экологического менеджмента. Основы внедрения системы экологического маркетинга на предприятии. Основные направления управления качеством окружающей среды. Задачи экологического менеджмента. Экологический аудит как повышение эффективности экологического менеджмента.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Инструменты экологического PR и их применение. 2. Основные правила проведения «зеленых» PR-кампаний: зарубежный опыт. 3. Проведение экологических PR-кампаний в современной России. 4. Экологический менеджмент предприятия как часть общей системы менеджмента. 5. Основные принципы создания системы экологического менеджмента. 6. Основы внедрения системы экологического маркетинга на предприятии.

Тема 3. Прогнозирование и планирование экологической PR-кампании. Содержание планов экологических PR. Технологии PR в сфере экологии. Основные субъекты PR-деятельности в области экологии.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Определение, сущность экологической рекламы. Экологическая реклама как средство промоушн. Специфика экологической рекламы: от общего к частному. Основные функции рекламы в области экологии. Субъекты экологической рекламы. Эффективность экологической рекламы. Технологии экологической рекламы.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Основные направления управления качеством окружающей среды. 2. Задачи экологического менеджмента. 3. Экологический аудит как повышение эффективности экологического менеджмента. 4. Система инструментов экологической политики. 5. Добровольные экологические соглашения. 6. Охрана окружающей среды, устойчивое развитие и новая этика бизнеса.

Тема 4. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Предпосылки появления экологической печати. Освещение экологическим проблем СМИ. Взаимодействие экологических общественных организаций со СМИ. Информационно-законодательная основа природопользования. Международное экологическое право. Экологическое законодательство в России. Система экологической печати. Целевое, функциональное назначение экопрессы. Анализ современного рынка «зеленой» прессы России. Региональные СМИ в структуре экологической тематики. Экологические СМИ для массового читателя. Научно-популярные и узко-специализированные экологические СМИ. Детские экологические СМИ.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Определение, сущность экологической рекламы. 2. Экологическая реклама как средство промоушн. 3. Специфика экологической рекламы. 4. Основные жанры и функции рекламы в области экологии. 5. Субъекты экологической рекламы.

Тема 5. Государственная власть как главный участник оздоровления экологии. Анализ законодательной базы и материалов в области деятельности органов государственной власти в сфере экологии.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Экологическая информация в Интернете. Серверы как носители экологической информации. Сайты экологических общественных организаций. Сайты государственных структур в области экологии. Экологические электронные бюллетени. Узкотематические экологические электронные издания. Электронные версии экологических СМИ.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Эффективность экологической рекламы. 2. Технологии экологической рекламы. 3. Предпосылки появления экологической печати. 4. Освещение экологическим проблем СМИ. 5. Взаимодействие экологических общественных организаций со СМИ. 6. Информационно-законодательная основа природопользования. 7. Международное экологическое право. 8. Экологическое законодательство в России.

Тема 6. Формирование интереса к экологии в условиях экологического кризиса. PR-методы выхода из ситуации экологического кризиса.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Инструменты связей с общественностью в экологических организациях Экологические мероприятия (семинары, совещания, круглые столы по экологическим проблемам, конференции). Event-мероприятия экологической сферы: экологические акции, фестивали, слеты, флешмобы, спортивные и культурно-досуговые мероприятия. Экологическая реклама международных и российских экологических организаций. Экологическая социальная реклама (печатная, наружная, телевизионная социальная экологическая реклама). Фандрайзинговая деятельность общественных экологических организаций.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Экологическая информация в Интернете. 2. Серверы как носители экологической информации. 3. Сайты экологических общественных организаций. 4. Сайты государственных структур в области экологии. 5. Экологические электронные бюллетени. 6. Узкотематические экологические электронные издания. 7. Электронные версии экологических СМИ.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Сущность и основные категории экологических PR. Основы PR-деятельности в сфере экологии. Этические аспекты экологических PR.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос
2.	Тема 2. Основные мероприятия по экологическим PR, их организации в рамках кампании по Связям с общественностью.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос
3.	Тема 3. Прогнозирование и планирование экологической PR-кампании. Содержание планов экологических PR. Технологии PR в сфере экологии. Основные субъекты PR-деятельности в области экологии.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос
4.	Тема 4. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Государственная власть как главный участник оздоровления экологии. Анализ законодательной базы и материалов в области деятельности органов государственной власти в сфере экологии.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос
6.	Тема 6. Формирование интереса к экологии в условиях экологического кризиса. PR-методы выхода из ситуации экологического кризиса.	7		подготовка к устному опросу	18	устный опрос
	Итого				108	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Сущность и основные категории экологических PR. Основы PR-деятельности в сфере экологии. Этические аспекты экологических PR.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Определение, сущность связей с общественностью в экологической сфере. 2. Исторические аспекты зарождения "зеленых" PR. 3. Целевые аудитории экологического PR. 4. Цели и задачи экологического PR. 5. Экологический PR и политика. 6. Экологический PR и бизнес.

Тема 2. Основные мероприятия по экологических PR, их организации в рамках кампании по Связям с общественностью.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Инструменты экологического PR и их применение. 2. Основные правила проведения "зеленых" PR-кампаний: зарубежный опыт. 3. Проведение экологических PR-кампаний в современной России. 4. Экологический менеджмент предприятия как часть общей системы менеджмента. 5. Основные принципы создание системы экологического менеджмента. 6. Основы внедрения системы экологического маркетинга на предприятии.

Тема 3. Прогнозирование и планирование экологической PR-кампании. Содержание планов экологических PR. Технологии PR в сфере экологии. Основные субъекты PR-деятельности в области экологии.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Основные направления управления качеством окружающей среды. 2. Задачи экологического менеджмента. 3. Экологический аудит как повышение эффективности экологического менеджмента. 4. Система инструментов экологической политики. 5. Добровольные экологические соглашения. 6. Охрана окружающей среды, устойчивое развитие и новая этика бизнеса.

Тема 4. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Определение, сущность экологической рекламы. 2. Экологическая реклама как средство промоушн. 3. Специфика экологической рекламы. 4. Основные жанры и функции рекламы в области экологии. 5. Субъекты экологической рекламы.

Тема 5. Государственная власть как главный участник оздоровления экологии. Анализ законодательной базы и материалов в области деятельности органов государственной власти в сфере экологии.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Эффективность экологической рекламы. 2. Технологии экологической рекламы. 3. Предпосылки появления экологической печати. 4. Освещение экологическим проблем СМИ. 5. Взаимодействие экологических общественных организаций со СМИ. 6. Информационно-законодательная основа природопользования. 7. Международное экологическое право. 8. Экологическое законодательство в России.

Тема 6. Формирование интереса к экологии в условиях экологического кризиса. PR-методы выхода из ситуации экологического кризиса.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Серверы как носители экологической информации. 3. Сайты экологических общественных организаций. 4. Сайты государственных структур в области экологии. 5. Экологические электронные бюллетени. 6. Узкотематические экологические электронные издания. 7. Электронные версии экологических СМИ.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Современные экологические проблемы: глобальный, федеральный, региональный уровни.
2. Экологическое законодательство РФ: базовые аспекты, связанные с урегулированием отношений "природа - экономика - общество".
3. Концепция устойчивого развития. Экологическая стандартизация. Транснациональные компании.
4. Экологическая политика: понятийный аппарат, субъекты, цели и задачи, направления деятельности.

5. Корпоративная социальная ответственность. Экологическая ответственность. Анализ опыта конкретной компании.
6. Экологическая политика ресурсодобывающей компании: структурно-функциональный анализ (на примере конкретной компании).
7. Опыт международного управления в области охраны окружающей среды.
9. Экологическое движение в России: история, современное состояние, деятельность и коммуникативная активность.
10. PR методы в экологии.
11. Экологический аудит в связях с общественностью.
10. Экологическая коммуникации: подходы, модели.
11. Экологический PR: определение, характеристики, особенности, направления, инструментарий, целевые группы общественности (на конкретном примере).
12. Организация PR-подразделения в ТНК: штат, функционал, направления деятельности.
13. Экологический PR в условиях кризиса.
14. Экологическая информация: работа с источниками.
15. Специфика работы с внутренней общественностью с экологическом PR: сотрудники, акционеры, руководство.
17. Специфика работы со СМИ: медиарилейшнз, специальные мероприятия, коммуникации первого лица.
18. Организация специального PR-мероприятия в экологическом PR.
19. Освещение деятельности компании по охране окружающей среды, устранению экологических проблем.
20. Экологическая журналистика: классификация СМИ, отечественный рынок "зеленых" СМИ.

7.1. Основная литература:

1. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. Москва Дашков и К-, 2012.
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792>
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
3. Гостев А., Новикова Т, Огилви Д. Огилви о рекламе. Москва Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо, 2013.
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13585>
4. Зверева Е.Н. ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ: Теоретический курс. Москва Евразийский открытый институт, 2009.
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6517>
5. Марков Александр Анатольевич. Связи с общественностью в органах власти: Учебник. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014.
<http://znanium.com/go.php?id=368021>
6. Орехов Сергей Адамович. Корпоративный менеджмент. 3. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013.
<http://znanium.com/go.php?id=415590>

7.2. Дополнительная литература:

1. Виханский Олег Самуилович, Наумов Александр Иванович. Менеджмент: Учебник. 6. Москва Издательство "Магистр" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014.
<http://znanium.com/go.php?id=472344>
2. Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. 2. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011.

<http://znanium.com/go.php?id=243837>

3. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011.

<http://znanium.com/go.php?id=291622>

7.3. Интернет-ресурсы:

Издательский дом - www.iworld.ru

Международный научный журнал - www.teoria-practica.ru

Рекламный бизнес - www.adbusiness.ru

Российская ассоциация по связям с общественностью - www.raso.ru

Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Экология и Пиар в современном мире"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- учебно-наглядные пособия (таблицы, схемы);
- специализированные аудитории (компьютерный класс Кафедры прикладной политологии, мультимедийный класс Кафедры прикладной политологии);
- технические средства обучения (компьютерная техника, аудио-, видеоаппаратура).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Беляев В.А. _____

"__" _____ 201__ г.