

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:06
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ОПК-2). Ориентируется в информационном потоке и выявляет основные тенденции развития общественных и государственных институтов	<i>Знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-2) классификации некоммерческих организаций
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-1 (ОПК-2) выявлять основные тенденции развития НКО
ИД-1 (ОПК-4). Разрабатывает варианты коммуникационных кампаний в НКО, исходя из запросов аудитории	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-4) основные особенности рекламы и PR в некоммерческих организациях;
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-1 (ОПК-4) применять рекламные методы формирования имиджа некоммерческих организаций;
	<i>владеет</i>
	РО-3 ИД-1 (ОПК-4) навыками разработки рекламных и PR-кампаний в некоммерческих организациях.
ИД-1 (ОПК-5). Ориентируется в политических и экономических механизмах функционирования медиакоммуникационных систем	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-5) специфику связей с общественностью в НКО;
	РО-2 ИД-1 (ОПК-5) основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины

Введение. Цели, и задачи дисциплины. Некоммерческие организации (НКО) и их классификация Классификация некоммерческих организаций: членские организации

(например, профессиональные ассоциации); социальные, культурные, религиозные, учреждения и организации здравоохранения; образовательные учреждения. Определение некоммерческих организаций, их характеристика; задачи и содержание курса. Выявление основной проблематики курса.

Особенности рекламы в НКО Основные задачи некоммерческих организаций и специфика их маркетинговых стратегий. Характеристика основных форм НКО (всех общественных объединений) и важнейшие принципы их деятельности. Основные направления рекламной деятельности. Реклама как явление массовой визуальной культуры и проектной деятельности. Законы рынка и общества потребления, дизайн – эффективный инструмент в конкурентной борьбе. Терминология в сфере рекламы в НКО. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в этой сфере. Специфика художественного творчества в данной области. Особенности процесса проектирования. Основные критерии качества и действенности рекламного проекта.

Законодательные основы НКО Основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу.

Рекламные методы формирования имиджа некоммерческих организаций Использование различных видов рекламы в ходе проведения рекламных кампаний НКО: печатная, наружная телевизионная, радио- и Интернет- реклама для формирования благоприятного имиджа.

Проведение рекламных кампаний некоммерческих организаций на примере рекламной кампании политической партии, общественной организации, образовательного учреждения, экологической организации Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в некоммерческой сфере на конкретных примерах.

Анализ рекламных материалов общественных политических организаций Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет-рекламы в сфере политики и местного самоуправления на конкретных примерах.

Социальная реклама и сферы ее применения Социальная реклама государственного сектора. Социальная реклама государственных институтов. Социальная реклама как технология влияния в публичной политике. Анализ рекламных материалов общественных благотворительных организаций. Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет-рекламы в сфере благотворительности и экологической сфере на конкретных примерах.

Критерии эффективности рекламной деятельности в некоммерческой сфере Известность, приверженность организации, инвестиции, благосклонность государственных структур, устойчивый положительный имидж, распространение идей и начинаний, следование положительным и другим продвигаемым моделям поведения – вот лишь часть критериев эффективности рекламной деятельности в сфере НКО.

Специфика связей с общественностью в НКО Направления деятельности НКО. Специфика привлечения средств. Привлечение внимания к организациям средствами СО.

PR-технологии в привлечении инвестиций Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью. Почему компании занимаются благотворительностью.

Понятия спонсоринга и фандрайзинга Составление спонсорского пакета. Выбор вида спонсорства. Подготовка письма-заявки.

Целевые мероприятия по привлечению средств Гранты, составление заявок. Составление заявки на грант. Подготовка отчета по гранту.

Мониторинг организаций, имеющих благотворительные программы Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью. Почему компании занимаются благотворительностью.

Фандрайзинговая кампания Подготовка фандрайзинговой кампании. Этапы фандрайзинговой кампании. Спонсорский пакет.

Анализ результатов деятельности по связям с общественностью в НКО Подготовка отчета по проведению фандрайзинговой кампании: структура, требования.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Классификация некоммерческих организаций: членские организации (например, профессиональные ассоциации); социальные, культурные, религиозные, учреждения и организации здравоохранения; образовательные учреждения.

2. Определение некоммерческих организаций, их характеристика; задачи и содержание курса.

3. Основные задачи некоммерческих организаций и специфика их маркетинговых стратегий.

4. Характеристика основных форм НКО (всех общественных объединений) и важнейшие принципы их деятельности.

5. Основные направления рекламной деятельности для достижения следующих задач: осведомленности публики о целях и деятельности организации; побуждение отдельных лиц пользоваться услугами данной организации; разработка просветительских материалов, что особенно важно для организаций, связанных с охраной здоровья и окружающей среды; набор и обучение работников-волонтеров; получение средств на работу организации.

6. Терминология в сфере рекламы в НКО. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в этой сфере.

7. Специфика художественного творчества в данной области. Особенности процесса проектирования. Основные критерии качества и действенности рекламного проекта НКО.

8. Методы мультимедиа, дизайн-графики, видеосинтеза в рекламных коммуникациях НКО.

9. Специфика рекламного сообщения в печатной рекламе НКО.

10. Основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу.
11. Знаки корпоративной идентификации. Взаимосвязь этих знаков и форм печатной рекламы НКО.
12. Виды современной печатной рекламы (функциональные особенности и условия использования НКО).
13. Использование различных видов рекламы в ходе проведения рекламных кампаний НКО: печатная, наружная телевизионная, радио- и Интернет рекламы для формирования благоприятного имиджа.
14. Язык фотографии в современных рекламных коммуникациях НКО.
15. Реклама НКО в газете (структурные элементы, шрифтовое решение, особенности современного этапа, сравнительный анализ 2-3 примеров).
16. Условия эффективности печатной рекламы НКО как средства визуальной коммуникации.
17. Рекламный киноплакат НКО.
18. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в некоммерческой сфере на конкретных примерах.
19. Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет-рекламы в сфере политики и местного самоуправления на конкретных примерах.
20. Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет рекламы в сфере благотворительности и экологической сфере на конкретных примерах.
21. Социальная реклама государственного сектора.
22. Социальная реклама государственных институтов.
23. Социальная реклама как технология влияния в публичной политике.
24. Известность, приверженность организации, инвестиции, благосклонность государственных структур, устойчивый положительный имидж, распространение идей и начинаний, следование положительным и другим продвигаемым моделям поведения – вот лишь часть критериев эффективности рекламной деятельности в сфере НКО.
25. Наружная реклама НКО: основные носители и условия ее эффективности.
26. Особенности рекламных объявлений НКО в газете, структура информационных блоков, их размещение.
27. Листовая рекламная продукция НКО (виды и способы ее воспроизводства в полиграфии, общая характеристика).

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Галай, А.Г. Экономика и управление предприятием : учебное пособие / А.Г. Галай, В.И. Дудаков ; Министерство транспорта Российской Федерации, Федеральное агентство морского и речного транспорта, Московская государственная академия водного транспорта. – Москва : Альтаир : МГАВТ, 2013. – 179 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429739> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-905637-02-5. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Попова, А. Г. Бухгалтерский учет в некоммерческих организациях / А. Г. Попова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 206 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/969.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингфонным оборудованием);
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.