

Министерство образования и науки Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кубанский государственный университет»
в г. Армавире

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по работе с филиалами

ФГБОУ ВО «Кубанский

государственный университет»

А.А.Евдокимов



08 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.10.01 Связи с общественностью

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Управление персоналом

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Программу составила:

Гуренкова О.В. канд. социол. наук, доцент, зав. кафедрой социально-гуманитарных дисциплин



Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» утверждена на заседании кафедры (разработчика) социально-гуманитарных дисциплин протокол № 1 «28» августа 2017г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Гуренкова О.В.



Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) экономики и менеджмента протокол № 1 «28» августа 2017г.

Заведующий кафедрой Косенко С.Г.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГН «Экономика и управление»

Протокол № 1 «28» августа 2017 г.

Председатель УМК филиала по УГН

«Экономика и управление»



канд. экон. наук, доц. Кабачевская Е.А.

Рецензенты:

Гаврюшин М.В. зам. директора по основной деятельности МАУК «Театр драмы и комедии»

Ящук Н. Ю., канд. психол. наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке

Лист изменений к рабочей программе учебной дисциплины
«Связи с общественностью»

Содержание изменений	№ протокола заседания кафедры, дата	ФИО / подпись зав. кафедрой
Обновлен перечень учебной литературы	№ 10 19.05.2021г.	

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины

Основной целью курса «Связь с общественностью» является формирование у слушателей общих знаний о роли и функциях PR в системе общественных отношений, позволяющих изменить отношение к PR и рассмотреть эту деятельность как одну из важнейших функций управления, требующего профессиональной и социальной компетентности.

1.2 Задачи дисциплины

- раскрыть теоретико-методологические основы управления общественными отношениями;
- раскрыть сущность управления общественными отношениями как профессии и научной дисциплины, этику и философию практической PR-деятельности;
- изучить основные приемы и методы, а также стратегии PR-воздействия на общественные отношения;
- раскрыть особенности применения стратегий PR в различных сферах жизнедеятельности общества;
- показать возможности использования PR-стратегий построении внутрикорпоративных отношений.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связь с общественностью» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Поставленные цели и задачи могут быть реализованы только при условии обращения к данным других наук.

Дисциплина «Связь с общественностью» основывается на знаниях, полученных в рамках предыдущего образования.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций (ОПК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-4	Владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом	основы работы с внешними организациями и понятийно-категориальный аппарат, позволяющий описать управление общественными отношениями;	привлекать ресурсы необходимые для решения выявленных проблем в работе с внешними организациям и;	навыками сбора информации с использованием достоверных методов в работе с внешними организациям и;

		Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)			
2	ПК-28	Знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	основы корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации и средства передачи информации; основные принципы и правила ситуационного анализа, стратегического планирования и разработки PR-программ;	оценивать эффективность предпринятых PR-мероприятий;	навыками информационного обеспечения, процессов внутренних коммуникаций и навыками организации работы PR-службы

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для ЗФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Курсы (часы)			
		2	3	4	5
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	10	-	-	-	10
Занятия лекционного типа	4	-	-	-	4
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-

Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	-	-	-	6
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	-	-	-	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		130	-	-	-	130
<i>Курсовая работа</i>		-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>		30	-	-	-	30
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		30	-	-	-	30
<i>Реферат</i>		30	-	-	-	30
Подготовка к текущему контролю		40	-	-	-	40
Контроль:						
Подготовка к зачёту		3,8	-	-	-	3,8
Общая трудоемкость	час.	144	-	-	-	144
	в том числе контактная работа	10,2	-	-	-	10,2
	зач. ед	4	-	-	-	4

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые на 5 курсе (заочная форма)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Организационная основа связей с общественностью	43	1	2	-	40
2.	Структура связей с общественностью	44	2	2	-	40
3.	Инструменты связей с общественностью	53	1	2	-	50
	Итого по дисциплине:		4	6	-	130

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Организационная основа связей с общественностью	Эволюция концепции PR как важнейшей подсистемы управленческой системы: манипуляция, информирование общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация. Роль и функции PR в управлении организацией. Связи	Реферат (Р)

		с общественностью как функция менеджмента, направленная на создание взаимовыгодных отношений «организация - общественность». Управление информацией как основное средство управления общественными отношениями. Исторические корни PR: 6 этапов становления профессии. PR-деятельность (субъект, объект, цель, средства, результат). Актуальные направления PR-деятельности в 3 тысячелетии. Развитие связей с общественностью в России. Понятие коммуникации. Теории коммуникации. Односторонняя и двухсторонняя коммуникация. Структура коммуникации: коммуникативные модели Г. Лассуэлла; К. Шеннона и У. Уивера; Р. Якобсона. Элементы коммуникативного акта: отправитель, канал, среда, сообщение, получатель. Двухступенчатая модель коммуникации и лидеры мнений. Основные коммуникационные стратегии PR – залповая, нокаут, нольстратегия, только ответ, подкормка, пульсация. Каналы распространения информации: медийные и немедийные каналы. Уровни восприятия информации. PR как система. RACE-подход как основа PR-деятельности. Современная 8-этапная модель PR-деятельности: анализ, целеполагание, выработка стратегии, составление программы, привлечение ресурсов, распределение ответственности, оценка результатов, отчетность. Понятие обратной связи и ее роль в обеспечении эффективности PR. Основные виды PR-ресурсов (персонал, компетентность, время, финансы, информация, консультирование). Дополнительные ресурсы: корпоративные, глобальные, уникальные. Взаимозаменяемость ресурсов. Проблемы управления персоналом в PR-деятельности. Портрет и деловые качества современного PR-специалиста. Работа с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения).	
2.	Структура связей с общественностью	Ситуационный анализ. SWOT-анализ в связях с общественностью. SO, ST, WO, WT – стратегии. Внутренние и внешние источники	Реферат (Р)

	информации. Неформальные, или "разведочные", методы (личные контакты, фокус-группы, собрания, "горячие линии", анализ почты, сетевые источники). Формальные методы (вторичный анализ и компьютерные базы данных, контентанализ, опросы и т.д.). Методы исследования ситуации (ранжирование заинтересованных групп, FUN-аудит). Цель как предполагаемое изменение. 7 типов целей в PR. SMART как органайзер целеполагания. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод. Отличия стратегического планирования от оперативного. Стадии стратегического планирования. Модель программирования. Виды программ. Основные этапы программирования (определение целевой аудитории, предполагаемого результата, обоснование мотивов, формулировка послания, пространственно-временная привязка). Оценка эффективности PR-программ. Корпорация и корпоративные отношения. Корпоративное пространство. Корпоративная деятельность. Функции PR в корпоративном пространстве. Корпоративное позиционирование. Основные элементы корпоративной культуры: миссия, видение будущего, корпоративная философия, история - легенда. Понятие имиджа и его типы (зеркальный, реальный, идеальный, индивидуальный, корпоративный, множественный). Основные характеристики имиджа: синтетичность, изоморфизм упрощенность. Базовый и актуализированный имидж. Биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные и контекстные характеристики имиджа. Основные задачи работы с имиджем. Проблемы индивидуализации имиджа. Основные понятия лекции: Корпорация, корпоративные отношения, корпоративное пространство, корпоративная деятельность, миссия, видение будущего, корпоративная философия, имидж. Понятие и виды кризисов. Ранжирование целевых групп в условиях кризиса. Стратегии кризисного поведения: правила Тайленола и	
--	--	--

		исключения из них. Особенности психологического восприятия кризисных ситуаций.	
3.	Инструменты связей с общественностью	Понятие и основные этапы управления информацией. Коммуникативные модели ("звезда", "круг", "шпора" и т.д.). Социокультурная модель убеждения. Коммуникацион-ные барьеры. Формирование информационных потоков. Взаимодействие со средствами массовой информации как основа связей с общественностью. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ (телевидение, радио, сетевые издания. Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Конструирование новостей. Основной и дополнительный "вес" новости. Основные формы подачи информационных материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация). Медиа-карта и ее использование. Место PR в органах государственной власти и местного самоуправления Государственная PR-служба уровень минимальной достаточности, PRподразделения в крупных государственных структурах. Взаимодействие со специализированными PR-фирмами .Уровни ответственности в организации PR (общего управления, специального управления, технический и оперативный) Традиционные и инновационные модели организации. Особенности рынка PR-услуг. Профессиональные объединения и организации в сфере PR. Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения. Проблемы правового регулирования Интернет-коммуникаций. Навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций Корпоративные коммуникационные каналы и средств передачи информации.	Эссе (Э)

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование радела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Организационная основа связей с общественность	Эволюция концепции PR как важнейшей подсистемы управленческой системы: манипуляция, информирование общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация. Роль и функции PR в управлении организацией. Связи с общественностью как функция менеджмента, направленная на создание взаимовыгодных отношений «организация - общественность». Управление информацией как основное средство управления общественными отношениями. Исторические корни PR: 6 этапов становления профессии. PR-деятельность (субъект, объект, цель, средства, результат). Актуальные направления PR-деятельности в 3 тысячелетии. Развитие связей с общественностью в России. Понятие коммуникации. Теории коммуникации. Односторонняя и двухсторонняя коммуникация. Структура коммуникации: коммуникативные модели Г. Лассуэлла; К. Шеннона и У. Уивера; Р. Якобсона. Элементы коммуникативного акта: отправитель, канал, среда, сообщение, получатель. Двухступенчатая модель коммуникации и лидеры мнений. Основные коммуникационные стратегии PR – залповая, нокаут, нольстратегия, только ответ, подкормка, пульсация. Каналы распространения информации: медийные и немедийные каналы. Уровни восприятия информации. PR как система. RACE-подход как основа PR-деятельности. Современная 8-этапная модель PR-деятельности: анализ, целеполагание, выработка стратегии, составление программы, привлечение ресурсов, распределение ответственности, оценка результатов, отчетность. Понятие обратной связи и ее роль в обеспечении эффективности PR. Основные виды PR-ресурсов (персонал, компетентность, время, финансы, информация, консультирование). Дополнительные ресурсы: корпоративные, глобальные, уникальные. Взаимозаменяемость ресурсов. Проблемы управления персоналом в PR-деятельности. Портрет и деловые качества современного PR-специалиста. Работа с внешними организациями	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)

		(Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения).	
2.	Структура связей с общественностью	Ситуационный анализ. SWOT-анализ в связях с общественностью. SO, ST, WO, WT – стратегии. Внутренние и внешние источники информации. Неформальные, или "разведочные", методы (личные контакты, фокус-группы, собрания, "горячие линии", анализ почты, сетевые источники). Формальные методы (вторичный анализ и компьютерные базы данных, контентанализ, опросы и т.д.). Методы исследования ситуации (ранжирование заинтересованных групп, FUN-аудит). Цель как предполагаемое изменение. 7 типов целей в PR. SMART как органайзер целеполагания. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод. Отличия стратегического планирования от оперативного. Стадии стратегического планирования. Модель программирования. Виды программ. Основные этапы программирования (определение целевой аудитории, предполагаемого результата, обоснование мотивов, формулировка послания, пространственно-временная привязка). Оценка эффективности PR-программ. Корпорация и корпоративные отношения. Корпоративное пространство. Корпоративная деятельность. Функции PR в корпоративном пространстве. Корпоративное позиционирование. Основные элементы корпоративной культуры: миссия, видение будущего, корпоративная философия, история - легенда. Понятие имиджа и его типы (зеркальный, реальный, идеальный, индивидуальный, корпоративный, множественный). Основные характеристики имиджа: синтетичность, изоморфизм упрощенность. Базовый и актуализированный имидж. Биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные и контекстные	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)

		характеристики имиджа. Основные задачи работы с имиджем. Проблемы индивидуализации имиджа. Основные понятия лекции: Корпорация, корпоративные отношения, корпоративное пространство, корпоративная деятельность, миссия, видение будущего, корпоративная философия, имидж. Понятие и виды кризисов. Ранжирование целевых групп в условиях кризиса. Стратегии кризисного поведения: правила Тайленола и исключения из них. Особенности психологического восприятия кризисных ситуаций.	
3.	Инструменты связей с общественностью	Понятие и основные этапы управления информацией. Коммуникативные модели ("звезда", "круг", "шпора" и т.д.). Социокультурная модель убеждения. Коммуникационные барьеры. Формирование информационных потоков. Взаимодействие со средствами массовой информации как основа связей с общественностью. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ (телевидение, радио, сетевые издания. Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Конструирование новостей. Основной и дополнительный "вес" новости. Основные формы подачи информационных материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация). Медиа-карта и ее использование. Место PR в органах государственной власти и местного самоуправления Государственная PR-служба уровень минимальной достаточности, PR-подразделения в крупных государственных структурах. Взаимодействие со специализированными PR-фирмами. Уровни ответственности в организации PR (общего управления, специального управления, технический и оперативный) Традиционные и инновационные модели организации. Особенности рынка PR-услуг. Профессиональные объединения и организации в сфере PR. Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения. Проблемы правового регулирования Интернет-	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)

		коммуникаций. Навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций Корпоративные коммуникационные каналы и средств передачи информации.	
--	--	--	--

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2021 г., протокол №10)
2	Анализ научно-методической литературы	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2021 г., протокол №10); Основная и дополнительная литература по дисциплине.
3	Подготовка рефератов, эссе	Методические рекомендации по подготовке, написанию и порядку оформления рефератов и эссе (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2021 г., протокол №10)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

При реализации учебной работы по дисциплине используются традиционные образовательные технологии, ориентированные на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся.

Используемые образовательные технологии по-новому реализуют содержание обучения и обеспечивают реализацию компетенций данной дисциплины, подразумевая научные подходы к организации образовательного процесса, изменяют и предоставляют новые формы, методы и средства обучения.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Примерные вопросы для устного опроса

Тема 1. *Организационная основа связей с общественность*

1. Что такое PR?
2. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?
3. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?
4. Что относится к одной из самых важных задач PR специалистов?

Тема 2. *Структура связей с общественностью*

Вопросы темы для самостоятельного изучения

1. Что такое бюджет PR кампании?
2. Чем является политическая PR кампания?
3. Составной частью чего является «план-график проведения PR мероприятий и PR бюджет»?
4. Кем являются при проведении PR кампании персонал компании и члены их семей?

Тема 3. *Инструменты связей с общественностью*

1. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"?
2. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?
3. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью?
4. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации?

Примерные тестовые задания

1. PR-это использование информации для влияния на:
 1. общественное мнение
 2. государственные органы власти
 3. средства массовой информации
 4. покупателей
2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?
 1. с начала XVIII века
 2. с начала XIX века
 3. с начала XX века
 4. с начала XXI века
3. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?
 1. информация
 2. законодательные акты
 3. коммерческие организации
 4. подручные средства
4. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?
 1. Деном Форрестолом
 2. Томасом Джефферсоном
 3. Джоржем Бушем младшим
 4. Семом Блейком
5. Что является главной целью PR?
 1. изменение общественного мнения
 2. повышение уровня продаж
 3. доведение информации до потребителей
 4. повышение рейтинга компании
6. Что является объектом PR?
 1. средства массовой информации
 2. общество
 3. информация
 4. коммерческие организации
7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?
 1. религиозные организации
 2. общество
 3. органы государственной власти
 4. бизнес организации
8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:
 1. формирование имиджа
 2. учение общественного мнения
 3. анализ экономической деятельности предприятия
 4. исследование отношений в организации

9. Какая модель информационной политики не существует:

1. тоталитарная
2. релятивистская
3. дисциплинарная
4. диалоговая

10. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

1. формирование общенациональных ценностей
2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
4. создание новых рабочих мест

Примерные темы рефератов:

1. Информационные войны: история и современность.
2. Коммуникативные аспекты маркетинга.
3. Власть и авторитет как коммуникативные технологии
4. Типы толпы и способы управления ими.
5. Национальные особенности (стили) деловой коммуникации.
6. Теории и направления массовой коммуникации
7. Переговорные коммуникации в разрешении конфликтов.
8. Невербальные элементы в коммуникации.
9. Манипулятивные технологии в средствах массовой информации.
10. Менеджмент в системе социальных коммуникаций.

Примерные темы эссе:

1. Роль средств массовой информации в социальном управлении.
2. Коммуникативные технологии в избирательном процессе.
3. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.
4. Методика коммуникационного взаимодействия в проведении рекламной кампании.
5. Имидж лидера и партии в политической коммуникации.
6. Специфика отражения политической реальности в современных СМИ.
7. Внутрикorporативная коммуникация.
8. Формы агитации, используемые в PR-компании.
9. Роль и функции служб связей с общественностью.
10. Организационная структура PR-службы.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Связи с общественностью в современном мире. Цель, объект, предмет связей с общественностью. Задачи, решаемые PR.

2. Виды связей с общественностью.

3. История развития связей с общественностью.

4. Коммуникация в PR-деятельности. Виды коммуникации (главный и второстепенный). Приемы информационного воздействия (приемы внимания, доверия, приемы интерпретации, подкрепления).

5. Коммуникационная модель. Вербальные и невербальные коммуникации в PR.

6. Эффективность связей с общественностью.
 7. Манипуляция в PR. Приемы манипуляции. СМИ как инструмент манипулирования.
 8. Основные этапы PR-деятельности. Элементы планирования и реализации PR: диагностика групп общественности; определение ресурсов; разработка целей; определение ЦГ; разработка программы, концепции, стратегии; разработка Плана PR-компании; разработка графика мероприятий и плана контроля.
 9. Формы агитации, используемые в PR-компании.
 10. Роль и функции служб связей с общественностью.
 11. Организационная структура PR-службы.
 12. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью
 13. Личностные и деловые качества PR-менеджера.
 14. Обязанности PR-менеджера.
 15. Управление кризисными и конфликтными ситуациями в PR-деятельности.
- Факторы кризиса. Подготовка к кризису. Этапы работы в кризисной ситуации.
16. PR-действия в целях управления конфликтом.
 17. Коммуникативная сеть связей с общ-ю.
 18. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций: Реклама
 19. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций: электронные СМИ.
 20. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций: печатные СМИ.
 21. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций: Интернет.
 22. Вербальные и невербальные коммуникации: переписка; технические средства связи; межличностное общение (служебная беседа, совещание, переговоры, собрание).
 23. Технологии связей с общественностью. Бизнес PR-технологии. Фирменные PR-акции: конференции, «круглые столы», Дни открытых дверей, презентации, выставки, приемы.
 24. Политический PR.
 25. Проведение избирательных кампаний и выборный консалтинг.
 26. Персональный политический брендинг.
 27. Связи с общественностью в государственном управлении.
 28. Политические PR-технологии.
 29. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи.
 30. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод.
 31. Информационное обеспечение процессов внутренних коммуникаций
 32. Основы корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации и средства передачи информации.
 33. Основы работы с внешними организациями и понятийно-категориальный аппарат, позволяющий описать управление общественными отношениями

Уровень требований и критерии оценок на зачете

Оценка «зачтено» выставляется, если компетенции ОПК-4, ПК-28 полностью освоены, обучающийся владеет материалом, отвечает на основные и дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется, если компетенции ОПК-4, ПК-28 не освоены, обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1 Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-469810#page/1>

2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya-472133#page/1>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-469810#page/1>

2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya-472133#page/1>

5.3. Периодические издания

1. Теория и практика связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23542620>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» - URL: www.grebennikon.ru
2. «Электронная библиотека диссертаций» Российской Государственной Библиотеки (РГБ). - URL: <https://dvs.rsl.ru/>
3. Базы данных компании «Ист Вью». - URL: <http://dlib.eastview.com>
4. ЭБС издательства «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com>
5. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE». – URL: www.biblioclub.ru
6. ЭБС «Юрайт». – URL: <http://www.biblio-online.ru/>
7. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL: <http://www.elibrary.ru>
8. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. - URL: <http://lib.mylibrary.com>
9. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>
10. Электронный периодический справочник « Системы гарант» - <http://www.garant.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал. Основной целью лекции является обеспечение теоретической основы обучения, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование у обучающихся ориентиров для самостоятельной работы.

Подготовка к практическим занятиям.

Практические занятия ориентированы на работу с учебной и периодической литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Тестирование по предложенным темам. Подготовка тестированию предполагает изучение материалов лекций, учебной литературы.

Устный опрос. Важнейшие требования к устным ответам студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них. Ответ обучающегося должно соответствовать требованиям логики: четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Написание эссе. Эссе – вид самостоятельной работы, представляющий собой небольшое по объему и свободное по композиции сочинение на заданную тему, отражающее подчеркнуто индивидуальную позицию автора. Рекомендуемый объем эссе – 2-3 печатные страницы.

Написание реферата – это вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определённую тему на семинарах.

Самостоятельная работа по дисциплине включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- написание реферата и эссе по заданной проблеме.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

В современном значении выражение «круглый стол» употребляется как название одного из способов организации обсуждения некоторого вопроса. Этот способ характеризуется следующими особенностями: – все участники круглого стола выступают в роли проponentов, т.е. должны выражать мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников. У проponentа две задачи: добиться, чтобы оппоненты поняли его и поверили; – все участники обсуждения равноправны; – никто не имеет права диктовать свою волю и решения. Чаще всего круглый стол играет скорее информационную роль, а не служит инструментом выработки конкретных решений.

Для проведения дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия. Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания. Традиционные материальные результаты обсуждения таковы: составление списка интересных мыслей, выступление одного или двух членов подгрупп с докладами, составление методических разработок или инструкций, составление плана действий.

Обучающиеся обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения обучающимся учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения реферативных работ, эссе, тестовых заданий, устного вопроса.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1 Перечень информационных технологий

- Предоставление доступа всем участникам образовательного процесса к корпоративной сети университета и глобальной сети Интернет.
- Предоставление доступа участникам образовательного процесса через сеть Интернет к справочно-поисковым информационным системам.
- Использование специализированного (Офисное ПО, графические, видео- и аудиоредакторы и пр.) программного обеспечения для подготовки тестовых, методических и учебных материалов.
- Использование офисного и мультимедийного программного обеспечения при проведении занятий и для самостоятельной подготовки обучающихся.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

- Microsoft Windows , Microsoft Office Professional Plus;
- Acrobat Reader DC; Sumatra PDF ;
- Mozilla FireFox;
- Медиаплеер VLC;
- Архиватор 7zip;
- Gimp 2.6.16 (растровый графический редактор);
- Inkscape 0.91 (векторный графический редактор).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru>.
2. Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: <http://www.gov.ru>.
3. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». – URL: <http://www.elibrary.ru>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
2.	Семинарские занятия	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации
5.	Самостоятельная	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный

	работа	компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.
--	--------	---