

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05. Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Теория и практика связей с общественностью
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций Лавеч Е.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

медиакоммуникации

№ 2 от 17.04.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	
1.1.	Цель и задачи дисциплины	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	
2.	Структура дисциплины	
3.	Содержание дисциплины	
4.	Образовательные технологии	
5.	Оценка планируемых результатов обучения	
5.1	Система оценивания	
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине	
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	
6.1	Список источников и литературы	
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	
9.	Методические материалы	
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представление о связях с общественностью как основном инструменте маркетинговых коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы связей с общественностью;
- раскрыть сущность и особенности связей с общественностью в системе управления;
- представить описание деятельности служб связей с общественностью;
- дать представление о сетевых ресурсах PR-коммуникаций;
- рассмотреть технологии связей с общественностью.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий	<p><i>Знать:</i> основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий</p> <p><i>Уметь:</i> выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий</p> <p><i>Владеть:</i> методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий</p>
	ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий	<p><i>Знать:</i> основы разработки коммуникационных программ и мероприятий</p> <p><i>Владеть:</i> методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий</p>
	ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта	<p><i>Знать:</i> основные инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p><i>Уметь:</i> выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач</p> <p><i>Владеть:</i> методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений вариативного блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Социология», «Политология», «Теория и практика медиакоммуникаций».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Создание и продвижение медиа-бренда», «Теория и практика рекламы», профессионально-ознакомительная практика, профессионально-творческая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	18
2	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		40

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 68 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Сущность деятельности по связям с общественностью	Роль и место СО в современном обществе. Генезис СО. Развитие западного и российского PR. Общая характеристика коммуникаций. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникации. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций. Коммуникативные процессы. Управление коммуникативными процессами. Информация в процессе коммуникаций. Коммуникация в PR-деятельности.
2	Система связей с общественностью	Общая характеристика системы СО. Понятие. Особенности динамической устойчивости системы СО. Функционирование системы СО. Управление системой СО. Контроль в системе СО. Сущность и функции контроля. Формы и методы контролирующего воздействия СО.

3	Управление процессом связей с общественностью	с	Сущность и особенности связей с общественностью в системе управления. Роль и критерии эффективности СО. Исследование менталитета и ценностей PR-активности. Управление мотивацией в PR-деятельности. Манипуляция в СО. Планирование и организация управления СО. Этапы PR-деятельности. Основные элементы планирования и реализации СО.
4	Службы связей с общественностью	с	Сущность деятельности служб связей с общественностью. Роль и функции служб. Организационная структура PR-службы. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью. Личностные, деловые и специфические качества специалиста. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью. Сущность и особенности конфликтов. Стадии конфликтов. Управление в условиях конфликта.
5	Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью	в с	Сетевые ресурсы PR-коммуникаций. Характеристики сети связей с общественностью. Реклама. Электронные средства массовой информации. Вербальные и невербальные коммуникации. Общие принципы делового общения. Публичные выступления.
6	Технологии связей с общественностью	с	Роль и значение технологий связей с общественностью. Бизнес PR-технологии. Политические PR-технологии. Информационные PR-технологии. Социальные PR-технологии. Рекламные PR-технологии.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Сущность деятельности по связям с общественностью	Лекция 1 (2 часа) Семинар 1 (2 часа)	Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы,

		Самостоятельная работа 1 (10 часов)	источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки, условия конкурса письменных творческих заданий, организовывание команд для групповой работы. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
2.	Система связей с общественностью	Лекция 2 (4 часа) Семинар 2 (2 часа) Самостоятельная работа 2 (10 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиаманипулирования, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
3.	Управление процессом связей с общественностью	Лекция 3.1 (2 часа) Лекция 3.2 (2 часа) Семинар 3.1 (2 часа) Семинар 3.2 (2 часа)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии

		Самостоятельная работа 3 (10 часов)	оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
4.	Службы связей с общественностью	Лекция 4.1 (2 часа) Лекция 4.2 (2 часа) Семинар 4.1 (2 часа) Семинар 4.2 (4 часа) Самостоятельная работа 4 (10 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
5.	Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью	Лекция 5 (2 часа) Семинар 5.1 (2 часа) Семинар 5.2 (4 часа)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.

		Самостоятельная работа 5 (14 часов)	Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
6.	Технологии связей с общественностью	Лекция 6.1 (4 часа) Лекция 6.2 (2 часа) Семинар 6.1 (2 часа) Семинар 6.2 (4 часа) Самостоятельная работа 6 (12 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	5 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 1-3)</i>	10 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 4-6)</i>	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – <i>зачет</i>		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	Удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	Неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Темы докладов (текущий контроль):

1. Исторические корни связей с общественностью: социальные, экономические, политические причины возникновения связей с общественностью как науки.
2. Место и роль связей с общественностью в современном российском обществе. Сферы применения паблик рилейшнз.
3. PR, реклама и пропаганда: сходства и различия.
4. Паблик рилейшнз в системе менеджмента и маркетинга.
5. Общественность и общественное мнение как главные объекты воздействия «паблик рилейшнз».
6. Основные этапы PR-деятельности: исследование проблемы, постановка целей, разработка стратегии и тактики действий, реализация плана, оценка результатов и внесение корректировок.
7. Методы и средства PR-деятельности.
8. Правовые основы связей с общественностью.
9. Имидж как психологическая PR-категория.
10. Современные медиа как звено в системе PR-взаимоотношений.
11. Формы подачи информационно-новостных материалов: пресс-конференция, конференция, презентация, пресс-тур, пресс-релизы, интервью и т. п.
12. Основные организационные структуры связей с общественностью: независимый консультант-эксперт, отдел по PR в корпорациях, PR-агентства, консультативная фирма по связям с общественностью.
13. Реклама и связи с общественностью: сходства и различия. Реклама как форма массовой коммуникации.
14. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций, специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.

15. Алгоритм управления кризисными ситуациями. Подготовка к экстремальным ситуациям. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП. Правила поведения в кризисных ситуациях и исключения из них. Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
16. Благотворительность и ее значение в формировании общественного мнения. Виды благотворительности.
17. Организация и направления благотворительной деятельности. Спонсирование избирательных кампаний. Благотворительная помощь политическим (общественным) организациям. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
18. Модели эффективного PR-специалиста.

Контрольные задания (текущий контроль):

1. Найти в любом медиа (печатном или электронном) статью, написанную службой по связям с общественностью, и проанализировать ее на предмет выделения всех составляющих коммуникационного процесса: коммуникатор, канал коммуникации, содержание сообщения, аудитория, предполагаемый результат, посредник, помехи канала коммуникации.
2. Выбрать модель коммуникации и построить в соответствии с основными положениями (требованиями) этой модели коммуникативную кампанию по продвижению какого-либо политической или социальной инициативы (например, федерального закона, общественной программы и т.п.).
3. Обосновать этапы подготовки и специфику проведения пресс-конференции, презентации, пресс-тура, интервью. При необходимости подготовить медиа-план, медиа-карту.
4. Проанализировать политическую рекламу с точки зрения технологии создания эффективного политического имиджа.
5. Проанализировать социальную рекламу с точки зрения эффективного психологического воздействия на выбранную аудиторию.
6. Имиджевую статью, пресс-релиз, пост-релиз. Выделить структуру PR-материала, обозначить аудиторию, способы воздействия, ожидаемый результат.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачет)

1. Роль и место СО в современном обществе.
2. Генезис связей с общественностью.
3. Развитие западного и российского PR.
4. Общая характеристика коммуникаций. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникации.
5. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций.
6. Коммуникативные процессы.
7. Управление коммуникативными процессами.
8. Информация в процессе коммуникаций.
9. Коммуникация в PR-деятельности.
10. Общая характеристика системы связей с общественностью.
11. Контроль в системе связей с общественностью.
12. Сущность и особенности связей с общественностью в системе управления.
13. Манипуляция в СО
14. Роль и функции служб связей с общественностью.
15. Организационная структура PR-службы.
16. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью. Личностные, деловые и специфические качества специалиста.
17. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью.
18. Характеристики сети связей с общественностью.
19. Реклама в системе связей с общественностью.

20. Электронные средства массовой информации в системе связей с общественностью.
21. Вербальные и невербальные коммуникации в системе связей с общественностью.
22. Общие принципы делового общения в системе связей с общественностью.
23. Публичные выступления в системе связей с общественностью.
24. Бизнес PR-технологии.
25. Политические PR-технологии.
26. Информационные PR-технологии.
27. Социальные PR-технологии.
28. Рекламные PR-технологии.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Основные:

1. Гражданский кодекс [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/
5. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – М.: Кно-Рус, 2019. – 224 с.
6. Вылегжанин Д.А. Теория и практика публик рилейшнз / Д.А. Вылепканин. – М.: Ф, 2019. – 371 с.
7. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2020. – 231 с.
8. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.
9. Домнин В.Н. Брендинг / В.Н. Домнин. – М.: Юрайт, 2020. – 493 с.
10. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью / А.Ю. Дорский. – СПб: СПбГУ, 2019. – 216 с.
11. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2020. – 197 с.
12. Жильцова О.Н. Связи с общественностью / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с.
13. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации / Е.А. Кожемякин. – М.: ИНФРА- М, 2019. – 189 с
14. Коноваленко В.А. Основы интегрированных коммуникаций/ В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с.
15. Коноваленко В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность / В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М. Юрайт, 2020. – 383 с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 486 с.
17. Кузьмина О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 187 с.

18. Лысикова О.В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 168 с.
19. Миллер Д. Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились / Д. Миллер. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 232 с.
20. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации / В.Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2019. – 216 с.
21. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Теория и современные практики / В.Л. Музыкант. – М.: Юрайт, 2020. – 342 с.
22. Мышанский А.А. К вопросу о связях с общественностью как инструменте трансляции марочных ассоциаций // StudNet. – № 9. – 2020.
23. Назайкин А.Н. Медиарилейшнз на 100% или искусство управления отношениями с прессой и социальными сетями / А.Н. Назайкин. – М.: Солон-пресс, 2020. – 380 с.
24. Осипова Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / Е.А. Осипова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 381 с.
25. Основы теории коммуникации/ отв. ред. О.Я. Гойхман. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 352 с.
26. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью / Р.Ю. Почекаев. – М.: Юрайт, 2020. – 223 с.
27. Связи с общественностью как социальная инженерия / В.А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – М.: Юрайт, 2020. – 351 с.
28. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов – М.: Юрайт, 2020. – 552 с.
29. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью / Е.Н. Фадеева. – М.: Юрайт, 2020. – 263 с.
30. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К°, 2020. – 322 с.
31. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2020. – 488 с.
32. Щеглов А.В., Макарычев В.Н. Манипуляция общественным мнением // Вестник экономической безопасности. – №1. – 2020. – с .8

Дополнительные

1. Блэк С. «Паблик рилейшнз»: что это такое? – М., 1990. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
2. Буари Филипп А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. – М., 2001. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605..>
3. Доти Д. Паблицити и паблик рилейшнз. – М., 1996. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
4. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. – М., 2003. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
5. Мухаев Р.Т. Медиаполитика: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 401 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
6. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
8. Василенко И.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник. – М.: КНОРУС, 2016. – 232 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022).

9. Музыкант В. А. Реклама и PR-технологии. – М., 2000. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
10. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов. – 3-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 302 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
11. Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 296 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>
12. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 80 с. – ISBN 978-5-9765-0749-4. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>
13. Чумиков А. Н. Связи с общественностью – М., 2001. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>. – Режим доступа: по подписке.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global

3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Сущность деятельности по связям с общественностью (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и место СО в современном обществе.
2. Развитие западного и российского ПР.
3. Нормы международного права о СО.
4. Российское законодательство о ПР-деятельности.
5. Коммуникация в ПР-деятельности.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Тема 2. Система связей с общественностью (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «система СО».
2. Особенности динамической устойчивости системы СО.
3. Функционирование системы СО.
4. Управление системой СО.
5. Контроль в системе СО.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Тема 3. Управление процессом связей с общественностью (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и критерии эффективности связей с общественностью.
2. Исследование менталитета и ценностей ПР-активности.
3. Управление мотивацией в ПР-деятельности.
4. Манипуляция в связях с общественностью.
5. Планирование и организация управления связей с общественностью.
6. Примеры работы ПР- служб в госструктурах и коммерции[

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Тема 4. Службы связей с общественностью (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность деятельности служб связей с общественностью.
2. Организационная структура PR-службы.
3. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью.
4. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью.
5. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью.
6. Кейсы по конфликтам.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Тема 5. Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристики сети связей с общественностью.
2. Реклама.
3. Электронные средства массовой информации.
4. Вербальные и невербальные коммуникации.
5. Общие принципы делового общения.
6. Публичные выступления.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Тема 6. Технологии связей с общественностью (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Информационные PR-технологии.
2. Бизнес PR-технологии.
3. Политические PR-технологии
4. Социальные PR-технологии.
5. Рекламные PR-технологии.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – сформировать представление о связях с общественностью как основном инструменте маркетинговых коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы связей с общественностью;
- раскрыть сущность и особенности связей с общественностью в системе управления;
- представить описание деятельности служб связей с общественностью;
- дать представление о сетевых ресурсах PR-коммуникаций;
- рассмотреть технологии связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

Уметь: выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

Владеть: методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.