



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04.02 Связи с общественностью: теория, практика,
коммуникационные стратегии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью
в социальной сфере
Квалификация (степень): бакалавр
Форма обучения: очно-заочная
Институт: филологии
Кафедра: философии и социальных наук

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс		3	
Семестр/триместр		7-8	

Лекции		12	
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия		14	
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации		Зачет – 0,2; зачет с оценкой – 0,2	
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа		153,6	

Всего часов: 180

Трудоемкость: 5 зачетных единиц

Разработчик рабочей программы:

доктор педагогических наук, доцент А.Е. Крикунов

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: формирование систематического знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR-деятельности

Задачи изучения дисциплины:

- обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин;
- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью;
- дать знание об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности;
- сформировать навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью, познакомить с важнейшими тенденциями развития PR

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5	Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие теории и практики связей с общественностью на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Уметь осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов в конкретной области деятельности
	Владеть профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности	Владеет профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ
с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения (не реализуется)

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Раздел 1. Общее понятие о паблик релейшнз	71,8	6	6		59,8
2.	Тема 1. Роль связей с общественностью в современном обществе и экономике	24	2	2		20
3.	Тема 2. Паблик релейшнз как социальный феномен	24	2	2		20
4.	Тема 3. Паблик релейшнз как наука	23,8	2	2		19,8
5.	Зачет	0,2				
6.	<i>Итого за 7 триместр</i>	<i>72</i>	<i>6</i>	<i>6</i>		<i>59,8</i>
7.	Раздел 2. Паблик релейшнз в структуре современного общества	107,8	6	8		93,8
8.	Тема 4. Общественность в сфере паблик релейшнз	34	2	2		30
9.	Тема 5. Паблик релейшнз в функциональной структуре организации	34	2	2		30
10.	Тема 6. Профессиональные организации PR по связям с общественностью	39,8	2	4		33,8
11.	Зачет	0,2				
12.	<i>Итого за 8 триместр</i>	<i>108</i>	<i>6</i>	<i>8</i>		<i>93,8</i>
13.	ИТОГО:	180	12	14		153,6

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, реферата

Примеры заданий для контрольной работы

Вариант 1

1. Паблик релейшнз как профессиональный вид деятельности
2. Методы пиарологии.

Вариант 2

1. Паблик релейшнз как деятельность.
2. Содержание общественного мнения и его структура.

Примерный перечень рефератов

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.
2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
3. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.
4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
5. Виды информационных поводов и способы их создания.
6. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR.
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира.
10. Возникновение связей с общественностью как социального института.
11. Связи с общественностью как функция менеджмента.
12. Современный специалист в области связей с общественностью.
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
16. Этика профессионального поведения.
17. Организация работы отдела по связям с общественностью.
18. Спонсорство.
19. Корпоративная культура.
20. Связи с общественностью и искусство убеждения.
21. Организация специальных событий.
22. Сайт организации как форма продвижения имиджа.
23. Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях.
24. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета и зачета с оценкой с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету, перечень вопросов для зачета с оценкой.

Примерные вопросы к зачету (7 триместр, очно-заочная форма обучения)

1. Понятие «Паблик релейшнз».
2. Паблик релейшнз как профессиональный вид деятельности.
3. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста.
4. Сферы функционирования связей с общественностью в современном обществе.
5. Определения паблик релейшнз.
6. Паблик релейшнз как деятельность.
7. Паблик релейшнз и другие виды коммуникативной деятельности.
8. История становления науки о связях с общественностью.
9. Задачи науки о связях с общественностью.
10. Методы пиарологии.
11. Пиарология в системе других наук.
12. Понятие общественного мнения в социологии.
13. Содержание общественного мнения и его структура.
14. Социально-психологические основы управления общественным мнением.

Примерные вопросы к зачету с оценкой (8 триместр, очно-заочная форма обучения)

1. Понятие общественности в теории паблик релейшнз.
2. Классификация групп общественности.
3. Целевые и приоритетные группы общественности.
4. Закономерности функционирования групп общественности.
5. Алгоритм работы с группами общественности.
6. Понятие организации и ее функциональной структуры.
7. Понятие организационной структуры управления.
8. Подразделения паблик релейшнз в органах власти.
9. Подразделения паблик релейшнз в коммерческих структурах.
10. Институциональные субъекты связей с общественностью.
11. Американское общество паблик релейшнз.
12. Институт Паблик релейшнз Великобритании.
13. Российская ассоциация по связям с общественностью.
14. Ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей.
15. Международная ассоциация бизнес-коммуникаторов.
16. Периодические профессиональные издания по связям с общественностью.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453403> (дата обращения: 01.09.2020).

4.2. Дополнительная литература

1. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. — Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. — 130 с. —URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> (дата обращения: 01.09.2020).

У. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.advertology.ru	Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. Статьи доступны всем посетителям и, по преимуществу, касаются практических вопросов.	Свободный доступ
2.	http://www.marketer.ru	Сайт «Маркетер» – подборка информационных и аналитических материалов по вопросам рекламы и маркетинга в Интернете. Содержит более 2 тысяч статей. Также на сайте функционируют форумы.	Свободный доступ
3.	https://www.sostav.ru	Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе и PR	Свободный доступ

У. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется
----	---	--	--

			неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.