

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и  
международных отношений

---



О.И. Амурская

---

« 31 » августа 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются ознакомление с основами теории и практики публич рилейшнз (PR), формирование у студентов практических навыков, которые помогут в регулирование общественных процессов и в разрешении различного уровня кризисных ситуаций, формирование общепрофессиональных компетенций.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА**

2.1. Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к Обязательной части Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)

История рекламы и PR

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Интегрированные коммуникации

Организация и проведение коммуникационных кампаний

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп при организации связей с общественностью	Применять социологические данные при организации PR-кампаний	Навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Инструменты поиска информации, общие принципы создания PR-текстов, особенности целевой аудитории	Составлять результативные PR – обращения с учетом потребностей разных целевых аудиторий	Навыками подготовки PR-текстов для публикации в различных СМИ

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры								
		№ 1 часов	№ 2 часов	№ 3 часов	№ 4 часов	№ 5 часов	№ 6 часов	№ 7 часов	№ 8 часов	№ 9 часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		16		14	14		-	-	-	-
В том числе:										
Лекции (Л)		8		6	6					
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		8		8	8					
Лабораторные работы (ЛР)							-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)										
2. Самостоятельная работа студента (всего)		52		85	94					
В том числе		-				-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>										
Курсовая работа										
Другие виды СРС:		-				-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию		15		15	19					
Подготовка к написанию контрольной работы		10		12	17					
Подготовка докладов к семинарам		8		14	14					
Работа с сайтами		9		18	18					
Подготовка к зачету, экзамену		10		26	26					
<i>СРС в период сессии</i>										
Вид промежуточной аттестации	зачет		Зачет		экзамен		экзамен			
	экзамен (Э)		4		9		9			
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	324								
	зач. ед.	9								

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
2	1	<b>Раздел I.: PR как система установления связей с общественностью</b>	<p>Основные понятия: общественные отношения, общественное мнение, управление общественными отношениями, PR-служба, понятие «организация» в PR, общественная (социальная) ответственность. Общественная роль, цели и функции PR. PR- проблема и PR – сообщение.</p> <p>Объект PR-общество. Типы публики (аудитории): внутренняя и внешняя публика. Другие классификации. Особый вид публики - толпа (или масса).</p> <p>PR и проблемы управления общественным мнением. Психологическая война. Общественное мнение как социально-психологический феномен. Законы функционирования общественного мнения. Характеристиками общественного мнения. Метод убеждения. Составляющие метода убеждения.</p> <p>Информационные процессы в обществе и управление ими. Формула «информация — это власть». Конец XX в. виртуальный информационный мир и мировое информационное пространство. Изменение статуса информации. «Контроль над информацией». СМИ создают и организуют информационное пространство.</p> <p>Управление и коммуникация. Принципы в основе PR как управленческой деятельности. Предметное поле. Специфика управления в PR. Центр и объект коммуникаций в PR. Функции, принципы и методы PR. Три основные функции. Части мероприятий в PR: RACE. Внутренний и внешний PR. Мероприятия внутреннего PR. Ответственные за внутренний PR. Обязанности внутреннего PR. Обязанности внешнего PR. Сбор сведений. Примеры тем на раскрытие содержания которых может быть направлена деятельность в области PR. Сущность и значение PR.</p>
3	2	<b>Раздел II.: Процесс коммуникация как важнейший этап в реализации PR задач</b>	<p>Реализация выбранной стратегии. Факторы, обеспечивающие эффективность стратегий. Виды акций. Формирование сообщений. Содержание сообщений. Распространение сообщений. Анализ хода коммуникации. Оперативный мониторинг. PR в коммуникационной системе маркетинга. Маркетинг и PR: паблисити товара, реклама и PR. Социально-этический маркетинг. Комплекс маркетинга и PR. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Синергия коммуникационных сообщений и роль PR.</p> <p>Классификация целевых аудиторий: внутренние и внешние. Типы целевых аудиторий: первичные, вторичные и третичные.</p> <p>Корпоративное послание. Примеры корпоративных посланий. Иерархия целевых аудиторий.</p> <p>Основные законы коммуникации. Уровни</p>

			восприятия, информация, эмоции, готовность к действию. Схема AIDA. Коммуникационная модель: источник, сообщение, получатель, адресат. Кодировка, раскодировка. Стереотипы восприятия. Примеры наиболее распространенных стереотипов на рынке потребительских товаров. Специальные PR-стереотипы. Психологические особенности восприятия.
4-5	3	<b>Раздел III: Технологии и организационные формы связей с общественностью</b>	Сущность и отличительные особенности технологий PR. Понятие «технология». Технологии PR как форма социальной инженерии. Технологии PR как средства инициации. Формирование технологий PR. Два основных способа формирования технологий. Направления в процессе формирования и функционирования технологий – структурное, пространственно-временное и процессуальное. Бизнес PR-технологии. Политические PR-технологии. Информационные PR-технологии. Социальные PR – технологии. Рекламные PR – технологии. Этика PR. Оценка эффективности как важнейший элемент кампании по связям с общественностью. Проблема измеримости результатов. Основные принципы и компоненты оценки. Ключевые термины и стандарты. Интерпретация и представление оценки.

2.2. Перечень лабораторных работ, примерная тематика курсовых работ.  
Не предусмотрены учебным планом

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 258 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету;
- подготовка к экзамену.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;
- подготовка к написанию эссе;
- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия;
- написание контрольной работы;
- работа с сайтами.

### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

*(см. Фонд оценочных средств)*

#### 4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине

Рейтинговая система для дисциплины не используется

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. Режим доступа: URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/453403">http://www.biblio-online.ru/bcode/453403</a> (дата обращения: 15.04.2020).
2.	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 454 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546</a> (дата обращения: 15.03.2020).
3.	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. Режим доступа: URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/451046">http://www.biblio-online.ru/bcode/451046</a> (дата обращения: 15.04.2020).

### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. Режим доступа: URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/451340">http://www.biblio-online.ru/bcode/451340</a> (дата обращения: 15.04.2020).
2.	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. Режим доступа: URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/451517">http://www.biblio-online.ru/bcode/451517</a> (дата обращения: 15.04.2020).
3.	Связи с общественностью как социальная инженерия [Электронный ресурс]: 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, 2020. — 351 с. Режим доступа: — URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/453280">http://www.biblio-online.ru/bcode/453280</a> (дата обращения: 15.04.2020).
4.	Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. Режим доступа: URL: <a href="http://www.biblio-online.ru/bcode/450027">http://www.biblio-online.ru/bcode/450027</a> (дата обращения: 15.04.2020).
5.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453044">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453044</a> (дата обращения: 15.03.2020).

### 5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 15.03.2020).

2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 15.03.2020).

3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 15.03.2020).

4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 15.03.2020).

5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.03.2020).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red) (дата обращения: 15.03.2020).

7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 15.03.2020).

### 5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

4. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).



5. Сайт по рекламе – URL: <http://www.adme.ru>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [www.sovetnik.ru/](http://www.sovetnik.ru/), свободный (дата обращения: 15.03.2020).

#### 5.5. Периодические издания

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

2. Журнал PR в России - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru/> свободный (дата обращения: 15.03.2020).

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

### 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:  
вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);  
набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>);  
система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

## 9. Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и  
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Теория и практика связей с общественностью»**

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
Реклама и связи с общественностью

Квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
заочная

Рязань 2020

**1. Цель освоения дисциплины** «Теория и практика связей с общественностью» являются ознакомление с основами теории и практики публичных отношений (PR), формирование у студентов практических навыков, которые помогут в регулировании общественных процессов и в разрешении различного уровня кризисных ситуаций, формирование общепрофессиональных компетенций, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к Обязательной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе (2 семестр), на 2 курсе (3, 4 семестры).

**3. Трудоемкость дисциплины:** 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:**

**ОПК-4.1.** *Знать:* запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп при организации связей с общественностью. *Уметь:* применять социологические данные при организации PR-кампаний. *Владеть навыками:* навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

**ОПК-4.2.** *Знать:* инструменты поиска информации, общие принципы создания PR-текстов, особенности целевой аудитории. *Уметь:* составлять результативные PR – обращения с учетом потребностей разных целевых аудиторий. *Владеть навыками:* навыками подготовки PR-текстов для публикации в различных СМИ.

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения**

Зачет ( 2 семестр). Экзамены (3,4 семестры).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.