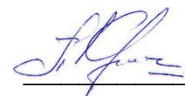


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю
Декан факультета
социологии и управления

 П.Е. Кричинский
«28» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Уровень основной профессиональной образовательной программы
бакалавриат

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки
Менеджмент организации

Форма обучения очная

Сроки освоения ОПОП нормативный (4 года)

Факультет (институт) социологии и управления

Кафедра управления персоналом

Рязань, 2017

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Целями освоения учебной дисциплины является:

развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент;

формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ); вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Связи с общественностью» относится к Блоку 1 (вариативная часть (дисциплина по выбору)) ДВ.4

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- информационные технологии в менеджменте;
- социологический практикум.

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

- Деловые коммуникации
- Организационная культура
- Управленческое консультирование
- Управление проектами
- Организационное поведение
- Коммуникационный менеджмент
- Персональный менеджмент

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

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

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей; систему организации связей с партнерами для обмена опытом при реализации проектов; механизмы объединения информации для развития организации	организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами; расширять внешние связи (предприятия, органа государственного или муниципального управления) при реализации проектов; совершать мероприятия, направленные на развитие организации	способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения; системой управления сознанием и поведением людей; механизмами объединения информации для развития организации

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Связи с общественностью					
Цель дисциплины		развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки <u>38.03.02 Менеджмент</u> ; формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ); вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК- 12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<p><u>Знать:</u> систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей; систему организации связей с партнерами для обмена опытом при реализации проектов; механизмы объединения информации для развития организации</p> <p><u>Уметь:</u> организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами; расширять внешние связи (предприятия,</p>	Лекции, практические занятия	Собеседование, индивидуальные практические задания, зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ Знать систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей; систему организации связей с партнерами для обмена опытом при реализации проектов; механизмы объединения информации для развития организации</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами; расширять внешние связи (предприятия, органа государственного или муниципального</p>

		<p>органа государственного или муниципального управления) при реализации проектов; совершать мероприятия, направленные на развитие организации</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения; системой управления сознанием и поведением людей; механизмами объединения информации для развития организации</p>			<p>управления) при реализации проектов; совершать мероприятия, направленные на развитие организации.</p> <p>Владеть способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения; системой управления сознанием и поведением людей; механизмами объединения информации для развития организации</p>
--	--	---	--	--	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 4
		часов	часов	часов	часов
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) всего:	36				36
В том числе:					-
Лекции (Л)	18				18
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	18				18
Лабораторные работы (ЛР)	-				-
Самостоятельная работа студента (всего)	36				36
В том числе					-
<i>СРС в семестре</i>	36				36
Курсовой проект (работа)	КП	-			-
	КР	-			-
Другие виды СРС:	-				-
Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям	18				18
Конспектирование учебных материалов, первоисточников, видеозаписей и др.	6				6
Работа с литературой	6				6
Работа с нормативно-правовыми источниками	6				6
<i>СРС в период сессии</i>					-
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	3			3
	экзамен (Э)				-
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	72			72
	зач. ед.	2			2

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
4	1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	<p>Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «паблик рилейшнз»). Объект и предмет связей с общественностью. Научные теории в понимании объекта и предмета связей с общественностью. Определение PR. Институт «паблик рилейшнз», его возникновение и развитие. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе и управлении. Многообразие определений PR как управленческой науки. Теоретические подходы к пониманию PR. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. Принципы деятельности PR.</p> <p>Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Нормы международного права. Современные международные и национальные PR-ассоциации. Российское законодательство о PR деятельности. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы РФ о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, мораль, общественное мнение. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по связям с общественностью. Этические нормы и кодексы профессиональной чести.</p> <p>Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития научной и практической деятельности в области «паблик рилейшнз». Основные этапы развития PR. Элементы PR в древности. Зарождение профессии PR в США. Распространение PR в Европе после второй мировой войны. Предпосылки появления PR в России и его особенности. Распространение практики управления общественными связями и отношениями в СНГ. Основные предпосылки</p>

		<p>развития общественных связей в постиндустриальном (информационном) обществе. Глобализация PR как профессиональной системы. Процесс создания глобальных международных PR-сетей. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе.</p> <p>Коммуникация как процесс обмена информацией. Модели, виды, функции коммуникации. Современные теории коммуникации. Рациональная модель коммуникативного воздействия. Спонтанная коммуникация. Схема коммуникации: определение, уточнение информации; кодирование информации (вербальное и невербальное); способ передачи информации; шумы. Убеждающая коммуникация. Центральный способ переработки информации. Периферийный способ переработки информации. Значимость информации для реципиента. Когнитивные способности реципиентов. Характер сообщения. Модульная схема убеждающей коммуникации. Центральная тема убеждающей коммуникации. Сюжетные линии центральной темы. Информационные продукты.</p> <p>Коммуникация и управление. Управление коммуникативными процессами, управление информацией. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Специфика уровней и организации коммуникаций в государственных учреждениях федерального и муниципального управления. СМИ как основной канал коммуникации. Понятие устной, печатной, аудиовизуальной коммуникации. Связи с общественностью и СМИ как социальные институты. Их функции, цели и задачи в современном обществе. PR-деятельность в отношениях со СМИ и СМК. Понятия «информация» и «управление».</p> <p>Теории информационного общества. Предоставление информационных услуг. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. СМИ как канал связей с общественностью. Понятие «четвертая власть». Процесс формирования четвертой власти в России. Место и роль телевидения и радиовещания в социальных коммуникациях. Содержание, функции и принципы деятельности. Формы подачи новостных материалов в прессе и электронных СМИ. Проблемы манипуляции, дезинформации, информационного вакуума в работе с массовой аудиторией. Виды информационных материалов, предоставляемых PR-отделами для непосредственной публикации в СМИ.</p> <p>Сущность и назначение PR-мероприятия. Основные этапы PR-мероприятий. Виды и организация PR-мероприятий: брифинги, презентации, конференции, экскурсии по предприятию. Сущность конференции, ее назначение. Этапы подготовки, организации и проведения конференции. Приглашение журналистов, представителей</p>
--	--	--

			<p>СМИ на мероприятие. Планирование освещения конференции в СМИ. Оценка эффективности PR-мероприятия.</p> <p>Составление пресс-релизов. Предмет пресс-релиза: понятие новости. Виды пресс-релизов. Правила оформления и написания пресс-релизов. Структура пресс-релиза: формула SOLAADS. Правила распространения пресс-релиза и его назначение.</p> <p>Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ. Информационный повод: общая характеристика. Понятие «копирайтинг», «спичрайтинг», «PR-текст», жанровая классификация и типология PR-текстов. Критерии выбора печатных СМИ. Особенности создания теле и радио роликов. Использование Интернет ресурса, создание корпоративного сайта. Современные информационные источники PR: флэш-моб, блоггинг, мобильный маркетинг.</p>
4	2	Технологии связей с общественностью	<p>Формирование имиджа, структура, типология. Функции имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа организации. Имиджмейкинг. Желаемый имидж. Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж. Структура имиджа управленца: персональные характеристики; социальные характеристики; символистические характеристики. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения символических качеств. Алгоритм формирования имиджа управленца организации, основные этапы. Физиогномика. Мимика и пантомимика. Речь и риторика. Определение требований сегментов аудитории.</p> <p>Задачи корпоративного имиджа организации. Основные компоненты имиджа организации. Фирменный стиль организации и его элементы: логотип, графический товарный знак, цветовая гамма, фирменный шрифт, слоган, рекламный символ, музыкальная заставка, рекламная и сувенирная продукция. Изучение имиджей конкурентов. Позиционирование. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации.</p> <p>Понятие «бренд» и «брендинг». История создания и этапы формирования «бренда». «Бренд» и «торговая марка»: различия в понимании. Свойства бренда. Бренд-код: измерения бренда. Пятиуровневая система индивидуальности бренда: ядро индивидуальности бренда, миссия бренда и слоган, внешние черты, характер бренда; стиль рекламы. Назначение бренда, структура и функции.</p> <p>Копирайтинг и спичрайтинг, PR-текст. Происхождение спичрайтинга. Спичрайтерский текст. Проектирование текста. Объем текста. История развития профессии спичрайтера. Алгоритм написания спичрайтерского текста. Жанры PR-</p>

		<p>текста. Методы сбора информации при подготовке PR-текста. Классификация PR-текстов. Публичное выступление. Риторика. Основные приемы и техники эффективного публичного выступления. Этапы публичного выступления. Вербальная и невербальная коммуникация. Вступление, основная часть, заключение, вывод. Д. Карнеги: техники овладения аудиторией и публичного выступления. Подготовка к выступлению. План и текст выступления. Тезисы. Назначение речи. Объем выступления. Цитирование. Ответы на вопросы аудитории. Техники привлечения и удержания внимания слушателей.</p> <p>Связи с общественностью в кризисных и конфликтных ситуациях. Методы разрешения кризиса средствами PR. Правила общения с журналистами в кризисных условиях и снижении рейтинга организации. Информационная поддержка в период разрешения кризиса. Основные этапы реализации программы антикризисного управления. Контроль коммуникативных каналов в условиях кризиса. Особенности восприятия информации в условиях кризиса. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.</p> <p>Причины появления новых технологий в PR- деятельности: экономические причины; модизация рынков; ратущие ожидания потребителей; глобальная конкуренция; возрастание значения услуг; кризис торговых марок; глобализация. Изменения медиарынка. Изменение моделей поведения общественности. Изменения в технологиях. Виды современных технологий: мобильный маркетинг, современные технологии информационного PR, пресс-релиз в сети Интернет, блоггинг. Новые технологии устроительного PR: флэш-моб, роад-шоу.</p>
--	--	--

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
4	I	<i>Теоретико-методологические основы связей с общественностью</i>	8	-	8	18	34	
4	1.1	Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	2	-	2	4	8	1 неделя собеседование
4	1.2	Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности	2	-	2	6	10	3 неделя собеседование
4	1.3	Генезис становления и развития связей с общественностью	2	-	2	4	8	5 неделя собеседование
4	1.4	Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия. Организационный PR: создание специальных мероприятий	2	-	2	4	8	7 неделя собеседование
	II	<i>Технологии связей с общественностью</i>	10		10	18	38	
4	2.1	Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации	2	-	2	4	8	9 неделя собеседование
4	2.2	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда	2	-	2	4	8	11 неделя собеседование
4	2.3	Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления	2	-	2	4	8	13 неделя собеседование
4	2.4	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации	2	-	2	4	8	15 неделя собеседование
4	2.5	Современные технологии связей с общественностью	2	-	2	2	6	18 неделя собеседование
		ИТОГО за семестр	18		18	36	72	зачет
		ИТОГО	18		18	36	72	

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
4	1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	Подготовка к семинарам (работа с конспектом лекций) (3*2)	6
			Подготовка конспектов выступлений на семинаре	2
			Подготовка рефератов на семинар (2*2)	4
			Выполнение заданий (групповых или индивидуальных) на семинар	2
			Подготовка презентаций	2
			Написание эссе	2
<i>Всего:</i>				18
4	2	Технологии связей с общественностью	Подготовка к семинарам (работа с конспектом лекций) (3*2)	6
			Подготовка рефератов на семинар (2*2)	4
			Подготовка конспектов выступлений на семинаре	2
			Подготовка и выполнение индивидуальных заданий	2
			Конспектирование учебных материалов	2
			Выполнение презентации	2
<i>Всего:</i>				18
<i>ИТОГО в семестре</i>				36
ИТОГО				36

2.3. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен.

2.4. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены.

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа, наряду с лекционным курсом и практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса «Связи с общественностью».

Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и материалы социологических исследований. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю.

При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на

контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, подготовка реферата, тестирование и др.

- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий, подготовка к деловым играм и т.д.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для оптимизации организации и повышения качества обучения по дисциплине «Связи с общественностью» студентам рекомендуется руководствоваться следующими методическими рекомендациями, имеющимися на кафедре управления персоналом, официальном сайте и библиотеке РГУ имени С.А. Есенина:

1. Связи с общественностью [Текст]: теория, практика, коммуникационные стратегии: учебное пособие / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 198 с.

2. В.В. Страхов Е.Н. Горохова Т.В. Кременецкая Формы организации учебного процесса в вузе // <http://www.rsu.edu.ru/official/methodical/methodological-support>

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1							
1	Связи с общественностью [Текст]: теория,	Горохова В.М., Гринберг Т.Э.	Москва : Аспект-Пресс, 2014. -198 с.	1-2	4	5	

	практика, коммуникац ионные стратегии: учебное пособие						

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используй ется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1	Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=445035 (12.12.2016).	Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д.	Тамбов ТГТУ, 2015. - 83 с.	1-2	4		
2	Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс]: учебник / Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767	Евстафьев В.А., Молин А.В.	Москва: Дашков и К, 2016. – 512 с.	1-2	4		

3	Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [Текст] : учебно-методическое пособие.	Дроздов Р.К.	РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань: РГУ, 2016. - 136 с. -	1-2	4	4	
4	Современное медиапространство России [Текст] : учебное пособие.	Дзялошинский И.М.	Москва: Аспект Пресс, 2015. - 312 с.	1-2	4	3	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- РИБК – портал «Российского информационно-библиотечного консорциума» предоставляет возможность расширенного поиска библиографических данных и полнотекстовых ресурсов в электронных каталогах пяти крупнейших библиотек России;
- SCIRUS – поисковая система, нацеленная на поиск исключительно научной информации, позволяет находить информацию в научных журналах, персональных страницах ученых, университетов и исследовательских центров.
- Академия Google – новая поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-овых академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку;
Электронные библиотеки открытого доступа:
- Библиотека международной спортивной информации (БМСИ) – электронная библиотека представляет собой открытый Интернет-ресурс, в котором содержатся издания по спортивной тематике: книги, видео, отдельные статьи, но преимущественно периодика.
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам – это информационная система, которая предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.
- Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»,
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU и др.
- Электронно-библиотечная система «BOOK.ru»
- ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»

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

1. База данных о российских СМИ www.mediaguide.ru (дата обращения: 21.12.2016)
2. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) www.raso.ru (дата обращения: 21.12.2016)

3. Журнал «Пресс-служба» www.press-service.ru (дата обращения: 21.12.2016)
4. Лента новостей www.press-release.ru (дата обращения: 21.12.2016)
5. Интернет-клуб связей с общественностью www.e-pr.nm.ru (дата обращения: 21.12.2016)
6. ВЦИОМ (Всероссийский центр общественного мнения) URL://<http://wciom.ru/about/aboutus/> (дата обращения: 25.12.2016)
7. ФОМ (Фонд общественного мнения) URL:// <http://fom.ru/> (дата обращения: 24.12.2016)
8. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены URL: <http://wciom.ru/biblioteka> (дата обращения: 25.12.2016)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ 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: отсутствует.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

8. 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; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. 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.
Практические занятия (семинар)	Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности

	<p>подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно).</p> <p>При подготовки к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы.</p> <p>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 и др.</p>
Индивидуальные задания (защита /презентация выполненной работы)	<p>Тема доклада (задания) должна соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Для подготовки презентации рекомендуется использовать: Microsoft PowerPoint. Четко сформулировать цель презентации. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.</p>
Контрольная работа	<p>Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.</p>
Коллоквиум	<p>Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.</p>
Подготовка к зачету	<p>При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.</p>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ:

- ПРОВЕРКА ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ.

- ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛАЙД-ПРЕЗЕНТАЦИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.

**10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ
УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА:** отсутствуют.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	ПК-12	Зачет
2.	Управление кризисной ситуацией.	ПК-12	Зачет
3.	Роль PR в преодолении кризисной ситуации	ПК-12	Зачет
4.	Современные технологии связей с общественностью	ПК-12	Зачет
5.	Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности	ПК-12	Зачет
6.	Генезис становления и развития связей с общественностью	ПК-12	Зачет
7.	Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия.	ПК-12	Зачет
8.	Организационный PR: создание специальных мероприятий	ПК-12	Зачет
9.	Формирование персонального имиджа руководителя.	ПК-12	Зачет
10	Корпоративный имидж организации	ПК-12	Зачет
11	Бренд и брендинг в связях с общественностью.	ПК-12	Зачет
12	Технологии построения Спичрайтинг и копирайтинг.	ПК-12	Зачет
13	Техника публичного выступления	ПК-12	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК- 12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	знать	
		систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей;	ПК12 31
		систему организации связей с партнерами для обмена опытом при реализации проектов	ПК12 32
		механизмы объединения информации для развития организации	ПК12 33
		уметь	
		организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами	ПК12 У1
		расширять внешние связи (предприятия, органа государственного или муниципального управления) при реализации проектов	ПК12 У2
		совершать мероприятия, направленные на развитие организации	ПК12 У3
		владеть	
		способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения	ПК12 В1
		системой управления сознанием и поведением людей	ПК12 В2
		механизмами объединения информации для развития организации	ПК12 В3

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№ п/п	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Связи с общественностью: понятие, задачи и виды.	ПК12 31
2	Становление и развитие связей с общественностью в России	ПК12 31
3	Коммуникация: понятие, виды, функции	ПК12 32
4	Особенности рациональной и спонтанной коммуникации, механизм осуществления	ПК12 31
5	Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации	ПК12 31, ПК12 У1
6	Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции	ПК12 31, ПК12 У1
7	Внутренний PR. Цели и основные методы	ПК12 31, ПК12 У1
8	Персональный имидж управленца: понятие, свойства, функции, типы, назначение	ПК12 31, ПК12 У1
9	Алгоритм формирования персонального имиджа управленца	ПК12 31, ПК12 У1
10	Корпоративный имидж организации: понятие и задачи	ПК12 32, ПК12 У1, ПК12 В2
11	Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы	ПК12 32, ПК12 У1
12	Медиарилейшенз: понятие, структура особенности	ПК12 31, ПК12 У2
13	Реклама в печатных СМИ и интернете, на телевидении и радио: история, функции, особенности	ПК12 33, ПК12 У1, ПК12 В2

14	Публичное выступление: подготовка текста, техника публичного выступления	ПК12 З2, ПК12 У2, ПК12 В2
15	Подготовка текстов и речи для представителя субъекта ПР: копирайтинг и спичрайтинг	ПК12 З3, ПК12 У3, ПК12 В2
16	Публичная речь: жанры, задачи, особенности	ПК12 З1, ПК12 У3, ПК12 В2
17	Рассылка пресс-релизов: анонс релиз, ньюс-релиз	ПК12 З2, ПК12 У3, ПК12 В2
18	Интервью как инструмент PR	ПК12 З1, ПК12 У2, ПК12 В2
19	Особенности проведения пресс-конференции и брифинга	ПК12 З3, ПК12 У1, ПК12 В2
20	Специальные мероприятия организации, создание информационного повода, ПР-акция, ньюсмейкинг	ПК12 З3, ПК12 У3, ПК12 В2
21	Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства	ПК12 З3, ПК12 В1
22	ПР в избирательной кампании: использование «белых» и «черных» технологий	ПК12 З3, ПК12 В1
23	Спонсорство и патронаж как вид благотворительной деятельности	ПК12 З1, ПК12 В3
24	Социальная реклама: понятие, особенности, задачи	ПК12 З1, ПК12 В1, ПК12 В3
25	Лоббизм в связях с общественностью	ПК12 З2, ПК12 В1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

Оценка *отлично* (зачтено) ставится:

- за полное и глубокое знание программного материала;
- за умение логически мыслить, правильно и четко формулировать ответы на поставленные вопросы, свободно используя при этом специальную лексику и терминологию данного курса.

Оценка *хорошо* (зачтено) ставится:

- за соответствие знаний студента предыдущим критериям, но при допущении им нечетких формулировок и неуверенности в ответе на поставленные преподавателем вопросы.

Оценка *удовлетворительно* (зачтено) ставится:

- при условии, что студент знает большую часть основного материала, но излагает его в основном поверхностно и сжато, без соответствующих комментариев, доказательств и выводов.

Оценка *неудовлетворительно* (не зачтено) ставится:

- в том случае, когда студент не способен изложить основной материал ни в процессе устного, ни в процессе письменного контроля знаний студентов и затрудняется с ответами на дополнительные вопросы экзаменаторов.