


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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
«30» августа 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Уровень основной профессиональной образовательной программы
бакалавриат

Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) подготовки Управление персоналом

Форма обучения заочная

Сроки освоения ОПОП нормативный – 4,5 года

Факультет социологии и управления

Кафедра государственного и муниципального управления и политических технологий

Рязань, 2018

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Целями освоения учебной дисциплины является:

развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общекультурных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом; 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; 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 дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1.

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

- социология;
- политология;
- культура речи и деловое общение;
- правоведение;
- основы управления персоналом;
- социальная антропология;
- социология и психология управления.

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

- персональный менеджмент ;
- коммуникационный 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 общекультурных (ОК) (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.	ОПК -4	владение навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	- правовые и этические основы регулирования PR-деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями; -способы и методы использования PR-технологий во взаимодействии с внешними организациями	-строить взаимодействие с внешней средой управления;	-навыками работы с внешними организациями, навыками копирайтинга и спичрайтинга
2.	ПК-32	владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умение обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации	- взаимосвязь стиля PR деятельности компании и организационной культуры; -этический кодекс взаимодействия в организации	- оценивать эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации и развития организационной культуры	- навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике с целью продвижения бренда организации

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Связи с общественностью					
Цель дисциплины	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) и т.д.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК - 4	владение навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и	<p><u>Знать:</u> правовые и этические основы регулирования PR-деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями -способы и методы использования PR-технологий во взаимодействии с внешними организациями</p> <p><u>Уметь:</u> строить взаимодействие с внешней средой управления (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации)</p>	Лекции, самостоятельная работа, практические занятия	Собеседование, Индивидуальное задание, Зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ Знать основные закономерности взаимодействия с внешней средой, публичных выступлений, проведения переговоров</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Уметь приобретать знания в предметной области дисциплины; знать основные закономерности получения профессиональной информации из различных типов источников, включая Интернет</p>

	занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) <u>Владеть:</u> навыками работы с внешними организациями, навыками копирайтинга и спичрайтинга			
профессиональные компетенции					
ПК-32	владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умение обеспечивать соблюдение этических норм	<u>Знать:</u> взаимосвязь стиля PR деятельности компании и организационной культуры -этический кодекс взаимодействия в организации <u>Уметь:</u> оценивать	Лекции, самостоятельная работа, практические занятия	Собеседование, Индивидуальное задание, Зачет	ПОРОГОВЫЙ знать основные стили PR деятельности компании, уметь оценивать эффективность PR-мероприятия и его влияния на внутреннюю культуру организации ПОВЫШЕННЫЙ

	<p>взаимоотношений в организации</p>	<p>эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации и развития организационной культуры <u>Владеть:</u> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике с целью продвижения бренда организации</p>			<p>Владеть навыками формирования коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации с учетом влияния на ее формирование организационной культуры</p>
--	--------------------------------------	---	--	--	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Курсы				
			№ 4	№ 5	№ 3	№ 4	
			часов	часов	часов	часов	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) всего:		10			8	2	
В том числе:			-	-	-	-	
Лекции (Л)		4	-	-	2	2	
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)		6	-	-	6	-	
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-	-	-	
Самостоятельная работа студента (всего)		94	-	-	64	30	
В том числе			-	-	-	-	
<i>СРС в семестре</i>		94	-	-	64	30	
Курсовой проект (работа)	КП	-	-	-	-	-	
	КР	-	-	-	-	-	
Другие виды СРС:		-	-	-	-	-	
Подготовка к семинарам (работа с конспектом лекций)		14	-	-	10	4	
Подготовка конспектов выступлений на семинаре		16	-	-	10	6	
Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы		64	-	-	44	20	
<i>СРС в период сессии</i>			-	-	-	-	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	3	-	-	-	4	
	экзамен (Э)		-	-	-	-	
ИТОГО: общая трудоемкость							
		часов	108	-	-	-	108
		зач. ед.	3	-	-	-	3

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ Курса	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
3	1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	<p>Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «паблик рилейшнз») в управлении персоналом.</p> <p>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 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. Коммуникация как процесс обмена информацией. Модели,</p>

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.

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».

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.

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 СМИ на мероприятие. Планирование освещения конференции в СМИ. Оценка эффективности PR-мероприятия.

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.

Создание специальных мероприятий, информационных

			<p>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	<p>Технологии связей с общественностью</p>	<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. 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-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</p>

			<p>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; растущие 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)					
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
7	I	<i>Теоретико-методологические основы связей с общественностью</i>	2		2	40	44	
7	1.1	Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	2			10	12	
7	1.2	Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности			2	10	12	
7	1.3	Генезис становления и развития связей с общественностью				10	10	
7	1.4	Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия. Организационный PR: создание специальных мероприятий				10	10	
		<i>Раздел дисциплины №1</i>	2		2	40	44	
	II	<i>Технологии связей с общественностью</i>	2			54		
7	2.1	Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж	2			10	12	

		организации						
7	2.2	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда			2	11	13	
7	2.3	Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления			2	11	13	
7	2.4	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации				11	11	
7	2.5	Современные технологии связей с общественностью				11	11	
		<i>Раздел дисциплины №2</i>	2		4	54	60	
			4		6	94	4	<i>Зачет</i>
		ИТОГО	4		6	94	108	

2.3. Лабораторный практикум *не предусмотрен*

2.4. Примерная тематика курсовых работ *не предусмотрены*

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ курса	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
3	1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	Подготовка к семинарам (работа с конспектом лекций) Подготовка конспектов выступлений на семинаре Изучение и конспектирование литературы <i>Всего:</i>	4 6 30 <i>40</i>
4	2	Технологии связей с общественностью	Подготовка к семинарам (работа с конспектом лекций) Подготовка рефератов на семинар Изучение и конспектирование литературы <i>Всего:</i>	10 16 24 <i>54</i>
ИТОГО				94

3.2. График работы студента

Заполняется для очной формы обучения

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 в управлении персоналом [Текст] : учебник / В.М. Маслова. – 2-е изд. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 207 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)

4.1 Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине.

Рейтинговая система в университете не используется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Курс	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 197 с. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/438207 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
2.	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2018. – 337 с. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/433657 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
3.	Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Юрайт, 2018. – 263 с. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/432040 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Курс	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 492 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
2.	Дроздов, Р. К. Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [Электронный ресурс] : учебно-методическое	1-2	3,4	ЭБ	

	пособие / Р. К. Дроздов. – Рязань : РГУ, 2016. – 136 с. – Режим доступа: http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/2117 (дата обращения: 22.08.2018).				
3.	Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – Москва : Дашков и К, 2016. – 512 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
4.	Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. – Тамбов : ТГТУ, 2015. – 83 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
5.	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2018. – 552 с. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/425190 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
6.	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. – Москва : Юрайт, 2018. – 173 с. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/bcode/441947 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
7.	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К, 2017. – 486 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	
8.	Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, 2018. – 488 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 (дата обращения: 22.08.2018).	1-2	3,4	ЭБС	

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

1. Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс] : сайт. – Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://polpred.com> (дата обращения: 22.08.2018).
2. ООО «ИВИС» [Электронный ресурс] : база данных. – Доступ к полным текстам только в локальной сети университета. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 22.08.2018).
3. 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: 22.08.2018).

4. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru> (дата обращения: 22.08.2018).
5. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Рязань, [1990 -]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
6. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 22.08.2018).

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

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Доступ зарегистрированным пользователям по паролю. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 22.08.2018).
2. Media Guide [Электронный ресурс] : портал о медиабизнесе для профессионалов. – Режим доступа: <https://mediaguide.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
3. Press-release.ru [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: www.wciom.ru, свободный (дата обращения 22.08.2018).
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] : федеральный портал. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
6. Интернет-клуб связей с общественностью [Электронный ресурс] : сайт // PRtime. Бесплатный сервис пресс-релизов. – Режим доступа: http://www.prtime.ru/2007/08/01/internet_klub_svyazey_s_obshestvennostyu.html, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
7. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
8. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
9. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены [Электронный ресурс] : научный журнал / учредители : Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – 1992 - . – Москва, 2016 - . – 6 раз в год. – ISSN 2219-5467 // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – Режим доступа: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
10. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: <https://www.raso.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).
11. ФОМ. Фонд Общественное мнение [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru>, свободный (дата обращения: 22.08.2018).

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

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; пометить 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 подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). При подготовки к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. 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.
Индивидуальные	Тема доклада (задания) должна соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны быть указаны в

задания (защита /презентация выполненной работы)	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.
Подготовка к зачету	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.

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

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет);
- распространение домашнего задания, его проверка и консультирование посредством электронной почты;
- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (презентации, видео);
- консультирования обучающихся и интерактивное общение посредством сети Интернет.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса

Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г

Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

Приложение 1

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	ОПК-4, ПК-32	Зачет
2.	Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности	ОПК-4, ПК-32	Зачет
3.	Генезис становления и развития связей с общественностью	ОПК-4	Зачет
4.	Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия. Организационный PR: создание специальных мероприятий	ОПК-4, ПК-32	Зачет
5.	Организация и планирование PR в управлении персоналом	ОПК-4, ПК-32	Зачет
6.	Основные направления PR-деятельности в управлении персоналом	ОПК-4, ПК-32	Зачет
7.	Инструменты PR в управлении персоналом	ОПК-4, ПК-32	Зачет
8.	Роль корпоративных коммуникаций в PR в управлении персоналом	ОПК-4, ПК-32	Зачет
9.	Оценка качества и результативности PR в управлении персоналом	ОПК-4, ПК-32	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК-4	владение навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	знать	
		правовые и этические основы регулирования PR-деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями	ОПК-4 31
		способы и методы использования PR-технологий во взаимодействии с внешними организациями	ОПК-4 32
		уметь	
		строить взаимодействие с внешней средой управления (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	ОПК-4 У1
		владеть	
	навыками работы с внешними организациями, навыками копирайтинга и спичрайтинга	ОПК - 4 В1	
ПК-32	владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умение обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации	знать	
		взаимосвязь стиля PR деятельности компании и организационной культуры	ПК-32 31
		-этический кодекс взаимодействия в организации	ПК-32 32
		уметь	
		оценивать эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации и развития организационной культуры	ПК-32, У1
		владеть	
	навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике с целью продвижения бренда организации	ПК-32, В1	

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ
(Зачет)**

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1.	Связи с общественностью: понятие, направления, принципы	ОПК-4 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
2.	Задачи и виды связей с общественностью	ПК-32, 31 ОПК-4 31 ПК-32, В1
3.	История становления и развития связей с общественностью в США и Западной Европе	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
4.	Становление и развитие связей с общественностью в России	ОПК-4 31 ОПК-4 У1 ПК-32, В1
5.	Нормы международного права о связях с общественностью	ПК-32, 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
6.	Российское законодательство о PR-деятельности	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
7.	Коммуникация: понятие, виды, функции	ОПК-4 31 ПК-32, 31 ПК-32, В1
8.	Особенности рациональной коммуникации, механизм осуществления	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
9.	Спонтанная коммуникация: понятие, особенности	ОПК-4 32 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
10.	Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации	ПК-32, 31 ОПК-4 31 ПК-32, В1
11.	Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции	ПК-32, 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
12.	Внутренний PR. Цели и основные методы	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ПК-32, В1
13.	Профессиональные требования к PR-специалистам	ПК-32, 31,32 ПК-32, У1 ПК-32, В1
14.	Планирование работы PR-отдела в управлении персоналом: понятие, этапы, виды	ОПК-4 31,32 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
15.	Брифинг, как форма взаимодействия со СМИ.	ПК-32, 31 ОПК-4 31 ПК-32, В1
16.	Пресс-релиз, как инструмент взаимодействия со СМИ.	ПК-32, 31, 32 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
17.	Особенности использования аудио-визуальных средств в связях с общественностью.	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ПК-32, В1
18.	РАСО. Основные функции организации.	ОПК-4 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1

19.	Кризисные коммуникации. Цели и задачи кризисного PR.	ОПК-4 У1 ПК-32, У1 ПК-32, В1
20.	Особенности взаимодействия со СМИ в СО.	ПК-32, 31, 32 ПК-32, У1 ПК-32, В1
21.	Медиапланирование в СО.	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
22.	Специальные мероприятия организации, создание информационного повода, PR -акция, ньюсмейкинг	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
23.	Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ПК-32, В1
24.	Информационное обеспечение деятельности PR-служб в управлении персоналом: каналы информации, источники	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
25.	Деятельность PR-служб в управлении персоналом по разрешению конфликтных ситуаций	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ПК-32, В1
26.	PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1 ПК-32, В1
27.	Социальный PR: понятие и основные виды.	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
28.	Документы СО: годовой отчет	ПК-32, 31 ОПК-4 У1 ОПК - 4 В1
29.	Специальные события в СО.	ОПК-4 31 ПК-32, У1 ОПК - 4 В1
30.	Реклама и СО: общее и отличное	ОПК-4 31 ОПК-4 У1 ПК-32, В1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено».

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении

практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.