


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель /Ившина Т.А./
 (подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Введение в теорию и практику связей с общественностью
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	1

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2021 г.

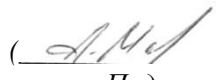
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	СОРИК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 (_____) А.К. Магомедов / Подпись ФИО «15» июня 2021 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины: Формирование у студентов систематического знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR-деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин
- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью
- дать знание об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности
- сформировать у студентов представление о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста по связям с общественностью
- сформировать у студентов навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития PR.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Введение в теорию и практику связей с общественностью» относится к обязательной части дисциплин учебного плана бакалавров. Изучается в 1 и 2 семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: В начале её изучения в качестве входных студенты получают знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (сопутствующие дисциплины «Основы теории коммуникации», «Введение в теорию и практику рекламы», «Социальные институты и процессы»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть PR как специфического вида деятельности, теоретические и практические аспекты ее реализации.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:


Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин, «Планирование PR-кампаний», «Современная пресс-служба», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Внутрифирменные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Основы интегрированных коммуникаций», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Технологии производства рекламного продукта», «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Планирование рекламных кампаний», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», учебная и производственная практика, ГИА.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>Знать: требования к коммуникационным продуктам в процессе реализации PR-кампании</p> <p>Уметь: использовать коммуникативные PR-технологии, принципы создания медиа-текстов, коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: методиками составления материалов, документов в рамках подготовки и реализации PR-кампаний</p>
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Знать: современные требования, предъявляемые к подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью, факторы внешней внутренней среды компании</p> <p>Уметь: На основе анализа внешней и внутренней среды организации разрабатывать программу PR-кампаний и отдельных PR-акций, реализовывать стратегию и тактику использования СМИ в связях с общественностью, разрабатывать различные PR-мероприятия и оценивать их эффективность</p> <p>Владеть: Навыками анализа, участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</p>
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: стратегии создания эффективной коммуникации, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p>Уметь: анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, анализировать PR-кампании,</p> <p>Владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации PR-компаний, навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) _____ 5 _____

по видам учебной работы (в часах) 180 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	68	36	32	
Аудиторные занятия:	68	36	32	
лекции	34	18	16	
семинарские и практические занятия	34	18	16	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	76	36	40	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Тест, аналитическая записка, практические задания	Тест, аналитическая записка, практические задания	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)			36 экзамен	
Всего часов по дисциплине	180	72	108	

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	20	10	10	
Аудиторные занятия:	20	10	10	
лекции	10	6	4	
семинарские и практические занятия	10	4	6	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	151	70	81	


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО				
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Тест, аналитическая записка, практические задания	Тест, аналитическая записка, практические задания	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	9		9 экзамен	
Всего часов по дисциплине	180	80	100	


* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью							
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	14	4	4		4	6	Опрос, выступление Тест
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью	10	2	2		2	6	Тест, Опрос
Тема 3. Профессиональные PR-сообщества и издания	10	2	2		2	6	Опрос, тест, доклад
Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций							
Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	10	2	2			6	Опрос, тест


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	12	4	4		2	4	Опрос Тест выполнение практических заданий
Тема 6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	12	4	2		2	6	Опрос тест аналитическая записка
Тема 7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	10	2	2		2	6	Опрос тест выполнение практических заданий
Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	14	4	4		2	6	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад
Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях	10	2	2		2	6	Опрос тест, аналитическая записка
Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью							
Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	8	2	2		2	4	Опрос тест доклад


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами	8	2	2		2	4	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад
Тема 12. Работа с внутрифирменной аудиторией	8	2	2		2	4	Опрос, тест выполнение практических заданий
Тема 13. Эффективность связей с общественностью	8	2	2		2	4	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад Анкетно-аналитическая записка
Тема 14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	8		2		2	6	Опрос доклад
Итого	144*	34	34		26	76	

* 144+36 (контроль)= 180 часа

Форма обучения ___заочная___

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью							
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	17	2	1		1	14	Опрос, выступление Тест

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью Профессиональные PR-сообщества и издания	20		1		1	19	Опрос, тест, доклад
Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций							
Тема 3. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	16	2				14	Опрос, тест
Тема 4. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	14		2		2	12	Опрос Тест выполнение практических заданий
Тема 5. Планирование и организация деятельности в сфере PR Организация и планирование работы со средствами массовой информации	18	2	2		2	14	Опрос тест аналитическая записка выполнение практических заданий
Тема 6. Имидж, престиж и технологии их формирования	14		2		2	12	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад
Тема 7. Организация работы в кризисных ситуациях	14					14	Опрос тест, аналитическая записка
Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 8. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами	16	2	2		2	14	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад
Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией	12					12	Опрос, тест выполнение практических заданий
Тема 10. Эффективность связей с общественностью	14	2			2	12	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад аналитическая записка
Тема 11. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	14					14	Опрос доклад
Итого	171*	10	10		26	149	

* 171+9 (контроль)= 180 часа


5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью

Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления

Определение PR и подходы к его формированию. Сущность, роль и значение публичных отношений.

История развития PR как социального явления. Первые PR-явления в обществе. Прапиаристическая деятельность в Средние века и Новое время. История становления

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

зарубежного PR в 18 – 19 вв. Развитие PR в 20 веке. Ведущие отечественные и зарубежные теоретики и практики PR: А.Ли, Э.Бернейз, Дж.Грюниг, Ф.Буари, М.А.Шишкина, Д.П.Гавра, И.Л.Викентьев, Г.Г.Почепцов, А.Н.Чумиков, другие.

Основные функции PR. Сфера деятельности public relations. PR и родственные понятия: сходство и отличие (пропаганда, лоббизм, реклама, паблисити). Основные принципы организации PR. Роль и место PR в системе маркетинговых коммуникаций.

Внутренний и внешний PR.

Общественность и общественное мнение как главные объекты public relations. публичный дискурс, публичная сфера, паблисити, публичная коммуникация, как категории понятийного аппарата PR. Типология групп общественности Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в PR, группы интересов, приоритетные группы общественности.

Тема 2. Структура институтов связей с общественностью

Связи с общественностью в системе социального управления. PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы. функции.

PR-подразделения в крупных государственных структурах. Управление Президента РФ по общественным связям и коммуникациям, Управление пресс-службы и информации Президента РФ. Пресс-служба Государственной Думы РФ. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании.

Общая характеристика функций специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью.

Тема 3. Профессиональные PR-сообщества и издания

Профессиональная этика PR-специалиста Профессиональные требования к PR-специалисту. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью: Международная Ассоциация по связям с общественностью – IPRA, Международная организация компаний-консультантов в области коммуникаций (ICCO), Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов – IABC, Европейская Конфедерация по связям с общественностью – CERP, Ассоциация консультантов в области PR (PRCA), Американская ассоциация по связям с общественностью – PRSA, Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), Совет ассоциаций медийной индустрии и (САМИ), Ассоциация компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС).

Профессиональные российские PR-издания.

Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций


Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности

Сферы применения PR. Коммуникационные модели, используемые в связях с общественностью их эволюция. Теории распространения информации в обществе.

Условия эффективного функционирования PR в современном обществе. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью. Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России и за рубежом.

Тема 5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью

Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп и формы манипулирования общественным мнением. Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение. Психологические приемы и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

уловки убеждающего и внушающего воздействия.

Понятие установки в формировании общественного мнения. Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Личностные факторы управления общественным мнением.

Создание стереотипов как функция связей с общественностью.

Тема 6. Планирование и организация деятельности в сфере PR

Организация деятельности PR. Место PR в менеджменте компании. Функции службы PR на предприятии. Планирование PR. Особенности принципов управления PR. Определение проблем PR. Планирование деятельности по связям с общественностью: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана. Цели и направленность мероприятий PR.

Прикладные социологические исследования в PR.

Тема 7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации


Понятие медиа-рилейшнз, задачи медиа-рилейшнз как стратегии управление информацией. Понятие коммуникационных каналов, их достоинства и недостатки. Определение целей медиарелейшенз. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации. Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.

Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования

Понятия имиджа, репутации, паблисити. Отражение объекта в массовом сознании. Имиджевые характеристики. Стереотипы и мифы массового сознания. Исследования массового восприятия. Корпоративный имидж. Структура имиджа организации. Имидж товара (услуги). Внутренний имидж организации. Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж персонала. Визуальный имидж организации. Социальный имидж организации. Бизнес-имидж организации. Корпоративная идентичность. Понятия корпоративной миссии, корпоративной индивидуальности. Процесс управления корпоративным имиджем. Имидж как объект моделирования. Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании. Специальные мероприятия и порядок подготовки. Назначение, особенности, порядок организации и проведения: церемонии открытия, приемов, презентации, конференции, дня открытых дверей, круглых столов.

Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях

Понятие и классификации кризиса. Стадии кризиса. Кризис-менеджмент. Стратегии антикризисного управления. Упреджающее управление проблемами в кризисном PR. Этапы процесса решения проблем. Роль PR- службы в управлении кризисом. Антикризисный план и команда. Информирование предкризисного периода. Кризисный менеджмент и коммуникация. Факторы, влияющие на развитие кризисной ситуации. Типичные ошибки организаций в условиях кризиса. Практические действия по подавлению кризиса. Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Оценка каналов коммуникации. Первая реакция на кризис и антикризисные информационные тезисы. Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса. Слухи как фактор влияния на кризис. Причины возникновения слухов. Стратегии борьбы со слухами. Пост-кризисные PR-технологии.

Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями

PR -работа с государственными, общественными и политическими организациями. Формы работы с государственными и общественно-политическими организациями. Работа с органами государственного управления - ключ к успеху в коммерческой деятельности. Лоббизм. Спонсорство. Благотворительность: виды, организация. Патронаж. Избирательные PR-технологии и выборные кампании. Спонсирование избирательной кампании. Работа с местными органами государственного управления и местной общественностью. PR-технологии публичной политики.

Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями

Цели и задачи работы с потребителями. Типологии групп общественности. Ситуативный подход Сайтла. Основные правила работы с потребителями. Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций.

Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами. Основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: отчет, собрание, специализированные средства. Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

Тема 12. Работа с внутрифирменной аудиторией

Цели и задачи связей с общественностью в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций. Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.


Тема 13. Эффективность связей с общественностью

Актуальность и принципы оценочного исследования в сфере PR. Методика оценки промежуточных результатов. Оценка эффективности специально подготовленных событий. Опросы общественного мнения. Оценка осведомленности, обладания информацией, её понимания и осознания. Оценка сохранения/ воспроизведения полученной информации. Оценка отношений и предпочтений. Оценка поведения. Интерпретация и использование результатов оценочного исследования. Case Studies. Анализ вторичной информации. Контент-анализ. Опросы. Фокус-группы.

Тема 14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства

Основные объекты PR -деятельности. СО в государственных и общественных структурах. СО в СМИ. СО в деятельности политических партий и движений. СО в сфере производства и управления. СО в науке, культуре и здравоохранении. СО в финансовой и банковской сферах. СО в малом бизнесе. СО в рекреации и спорте.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью

Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления

(семинар, семинар-конференция, «круглый стол»)

- Вопросы:

- Понятие PR, существующие определения, подходы
- История формирования PR как социального явления, основные этапы, ключевые фигуры. Первые PR-явления в обществе. Прапиаристическая деятельность в Средние века и Новое время. История становления зарубежного PR в 18 – 19 вв. Развитие PR в 20 веке.
- Основные функции PR.
- Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
- Отличие PR от рекламы, пропаганды, агитации, журналистики.
- Внутренний и внешний PR.
- В чем особенность организации коммуникации в PR
- Общественность и общественное мнение в PR

Понятия: публичный дискурс, публичная сфера, публицити, публичная коммуникация, целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения, группы интересов, приоритетные группы общественности.

- Типология групп общественности

- «Круглый стол» - «Перспективы развития связей с общественностью в современном российском обществе».

- Конференция - PR-мероприятия региональных организаций, фирмы с точки зрения: направления, групп общественности и применяемых PR-технологий.


Вопросы для самостоятельного изучения

- Дайте определение PR
- Каковы основные функции PR.
- Первые PR-явления в обществе.
- Прапиаристическая деятельность в Средние века и Новое время.
- История становления зарубежного PR в 18 – 19 вв. Развитие PR в 20 веке.
- Основные теоретические концепции PR
- Какое место занимают связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
- Дайте оценку эффективного применения PR в процессе становления рыночных отношений в России.
- Отличие PR от рекламы, пропаганды, агитации, журналистики.
- Внутренний и внешний PR.
- В чем особенность организации коммуникации в PR
- Общественность и общественное мнение в PR
- Понятия: целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.

- Практическое задание: описать PR-мероприятия любой местной фирмы с точки зрения: направления, групп общественности и технологий PR.

- На конкретных примерах покажите общие характеристики и отличительные признаки рекламы и PR.
- Какие средства PR вы считаете уместными использовать в отношениях с персоналом фирмы? С местными властями? С конкурентами? С деловым сообществом?

Задание оформляется в письменном виде. Результаты представляются и обсуждаются на

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

семинарском занятии.

Тема 2. Структура институтов связей с общественностью (семинар, дискуссия)

- Вопросы:

- PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы. функции.
- Типы организационных структур и организационных форм в связях с общественностью. PR-подразделения в крупных государственных структурах. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании.

- **Дискуссия:** «Какие требования предъявляются сегодня к специалисту по связям с общественностью».

Вопросы для самостоятельного изучения

- PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы, функции.
- Типы организационных структур и организационных форм в связях с общественностью: PR-подразделения в крупных государственных структурах. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании.

Тема 3. Профессиональные PR-сообщества и издания (семинар, «круглый стол»)

стол»)

- Вопросы:

Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью:

- Международная Ассоциация по связям с общественностью – IPRA
- Международная Организация компаний-консультантов в области коммуникаций (ICCO)
- Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов – IABC.
- Европейская Конфедерация по связям с общественностью – CERP.
- Ассоциация консультантов в области PR (PRCA).
- Американская ассоциация по связям с общественностью – PRSA.
- Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО).
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Совет ассоциаций медийной индустрии и (САМИ)
- Ассоциация компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС)


- **«Круглый стол»** «Наиболее актуальные современные проблемы связей с общественностью: по результатам анализа профессиональных российских PR-изданий».

Вопросы для самостоятельного изучения

- Значение сферы саморегулирования PR-деятельности.

- Какие международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью Вы знаете, каковы цели и направления их деятельности:

- Международная Ассоциация по связям с общественностью – IPRA
- Международная Организация компаний-консультантов в области коммуникаций (ICCO)
- Международная Ассоциация бизнес-коммуникаторов – IABC.
- Европейская Конфедерация по связям с общественностью – CERP.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Ассоциация консультантов в области PR (PRCA).
- Американская ассоциация по связям с общественностью – PRSA.
- Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО).
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Совет ассоциаций медийной индустрии и (САМИ)
- Ассоциация компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС)

Подготовка к выступлению на «круглом столе»: «Наиболее актуальные современные проблемы связей с общественностью». Провести анализ тематики публикаций профессионального российского PR-издания (по выбору) за последние 5 лет. Какие вопросы обсуждаются, какова динамика интереса к той или иной проблеме, приведите примеры наиболее интересных для Вас статей.

Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций

Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности (семинар)

- Вопросы

- Коммуникационные модели в связях с общественностью, их эволюция.
- Теории распространения информации в обществе.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Коммуникационные модели в связях с общественностью, их эволюция.
- Теории распространения информации в обществе.

Тема 5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью (семинар, практическое занятие)

- Вопросы

- Понятия: убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение.
- Психологические приемы убеждающего и внушающего воздействия.
- Понятие установки в формировании общественного мнения.
- Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
- Личностные факторы управления общественным мнением.
- Понятие стереотипов и их использование в связях с общественностью.

- Практическая работа: работа с печатными и видео-материалами: приемы убеждающего и внушающего воздействия.


Вопросы для самостоятельного изучения

- Понятия: убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение.
- Психологические приемы убеждающего и внушающего воздействия.
- Понятие установки в формировании общественного мнения.
- Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
- Личностные факторы управления общественным мнением.
- Понятие стереотипов и их использование в связях с общественностью.

Тема 6. Планирование и организация деятельности в сфере PR (семинар, практическое занятие)

- Вопросы:

- Особенности принципов управления PR. Составляющие процесса управления PR.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Основные подходы к организации службы PR.
 - Этапы планирования PR-коммуникаций.
 - Цели PR.
- Практическая работа: работа с данными социологических исследований и возможностями их применения в PR-деятельности.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Особенности принципов управления PR. Составляющие процесса управления PR.
- Основные подходы к организации службы PR.
- Этапы планирования PR-коммуникаций.
- Цели PR.
- Разработка плана информационной кампании в СМИ
- Цели и задачи по составлению пресс-клиппинга пресс-службой фирмы.

Практическое задание: Провести мониторинг публикаций в СМИ о какой-либо государственной структуре (период 6-8 недель) Представить пресс-клиппинг публикаций, таблицы с данными мониторинга и итоговую аналитическую записку. Данные оформляются в письменном виде.

Тема 7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации (семинар, групповая дискуссия, практическое занятие)

- Вопросы:

- Понятие управления СМИ и информацией
- Краткая характеристика основных СМИ
- Действия механизма связи с прессой, круг информации, которую PR-служба фирмы должна «производить» для СМИ
- Ньюсмейкинг: событийное и смысловое конструирование новости
- Цели и задачи проведения специальных мероприятий для СМИ.
- Пресс-конференция, брифинг как один из основных методов работы со СМИ.
- Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем
- Пресс-релиз в системе медиа-релейшнз. Структура. Основные требования к оформлению. Виды пресс-релиза. Стилистика пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релизы и Интернет
- специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит


- Групповая дискуссия: на примере новостных событий обсуждаются приемы создания и усиления новостей.

- Практическое задание 1. Исправление ошибок в тексте пресс-релиза.

- Практическое задание 2: На примере печатного текста СМИ проанализировать используемые способы подачи и приемы интерпретации информации.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Задачи медиа-релейшнз
- Краткая характеристика основных СМИ
- Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации.
- Понятие управления СМИ и информацией
- На примере фирмы покажите действия механизма связи с прессой и опишите круг

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

информации, которую ПР–служба фирмы должна «производить» для СМИ

- Ньюсмейкинг: событийное и смысловое конструирование новости
- Цели и задачи проведения специальных мероприятий для СМИ. Система оповещения и приглашения журналистов. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия
- Пресс-конференция как один из основных методов работы со СМИ. Правила проведения
- Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
- Типовая структура пресс-тура. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов.
- Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях.
- Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем
- Пресс-релиз в системе медиа-релейшнз. Структура. Основные требования к оформлению. Виды пресс-релиза. Стилистика пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релизы и Интернет
- В чем специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-цит.

Практическое задание 1: Возьмите любой печатный текст СМИ. Проанализируйте, какие способы подачи и приемы интерпретации информации используются. Работа оформляется в письменном виде.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого университетского мероприятия. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быть произвольными.

Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования (семинар-конференция, практическое занятие)

- Вопросы:


- Имиджевые характеристики.
- Стереотипы и мифы массового сознания.
- Исследования массового восприятия.
- Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.
- Имидж товара (услуги).
- Персональный имидж, его характеристики
- Отличие между спонсорством, меценатством и благотворительностью.
- Корпоративная идентичность.
- Имидж как объект управления.
- Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании.
- Специальные мероприятия и порядок подготовки. церемонии открытия, приемов, презентации, конференции, дня открытых дверей, круглых столов.

- Практическое задание – разработка программы анализа и инструментария имиджа Ульяновского государственного университета (работа в группах по 2-3 человека).

- Доклады/презентации – анализ персонального имиджа публичного человека (по выбору)

Вопросы для самостоятельного изучения

- Имиджевые характеристики.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Стереотипы и мифы массового сознания.
 - Исследования массового восприятия.
 - Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.
 - Имидж товара (услуги).
 - Персональный имидж, его характеристики
 - Отличие между спонсорством, меценатством и благотворительностью.
 - Корпоративная идентичность.
 - Имидж как объект управления.
 - Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании.
 - Специальные мероприятия и порядок подготовки. церемонии открытия, приемов, презентации, конференции, дня открытых дверей, круглых столов.
- Практическое задание. Составление медиапортрета губернатора в региональных СМИ (за период времени). Работа оформляется в письменном виде.
- Подготовка доклада/презентации – характеристика персонального имиджа публичного человека (по выбору)


Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях (семинар-конференция, практическое занятие)

- Вопросы:

- Понятие и классификации кризиса.
 - Стадии кризиса.
 - Стратегии антикризисного управления.
 - Информирование предкризисного периода.
 - Практические действия по подавлению кризиса.
 - Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации.
 - Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса.
 - Слухи как фактор влияния на кризис.
 - Пост-кризисные PR-технологии.
- Доклады/презентации – опыт PR-деятельности российских и международных компаний в кризисных ситуациях.
- Практическая работа - нейтрализация негативных публикаций в СМИ. Анализируется реальная публикация в СМИ в рамках избирательной кампании. Студентам предлагают прямо на семинаре организовать меры, направленные на ее нейтрализацию.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Понятие и классификации кризиса.
 - Стадии кризиса.
 - Стратегии антикризисного управления.
 - Информирование предкризисного периода.
 - Практические действия по подавлению кризиса.
 - Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации.
 - Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса.
 - Слухи как фактор влияния на кризис.
 - Пост-кризисные PR-технологии.
- Найдите примеры кризисных ситуаций отдельных компаний и проанализируйте их с точки зрения применения PR-мероприятий для выхода из кризиса.
- Практическое задание: Попробуйте определить наиболее вероятные кризисные

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

ситуации для следующих организаций: Детская больница, Министерство спорта, Университет, Сеть магазинов, Школа, Политическая партия. Далее на примере одной из этих организаций в вашем городе выработайте рекомендации, чтобы избежать этих кризисов, и минимизировать ущерб в случае его возникновения. Подготовьте отчет в виде аналитической записки.

- Подготовка доклада/презентации: опыт PR-деятельности российских и международных компаний в кризисных ситуациях (компания по выбору)

Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями (семинар, круглый стол)

- Вопросы:

- роль и значение пресс – центров, информационных агентств при органах государственной власти в области установления тесных контактов с населением и СМИ.
- Основные функции пресс – секретарей по информированию различных слоев населения об основных направлениях деятельности представителей законодательной и исполнительной власти.
- Основные направления PR-деятельности политических партий и общественных движений
- Виды и формы, технологии работы с электоратом.

- Круглый стол: «Перспективы использования политтехнологий в современной России»

Вопросы для самостоятельного изучения

- Опишите роль и значение пресс – центров, информационных агентств при органах государственной власти в области установления тесных контактов с населением и СМИ.
- Проанализируйте работу пресс – секретарей по информированию различных слоев населения об основных направлениях деятельности представителей законодательной и исполнительной власти.
- Виды и формы, технологии работы с электоратом.


- Практическое задание. Описание PR-деятельности любого местного органа управления: Гор. Думы, Законодательного собрания, мэрии, администрации области. Выделите ключевые проблемы, сформулируйте рекомендации. Задание оформляется в письменном виде.

- Подготовка к «круглому столу»: «Перспективы использования политтехнологий в современной России» (работа с дополнительной литературой) Сформулируйте свою позицию по данному вопросу, подберите аргументы, примеры из российской и международной практики.

Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями (семинар, практическое занятие)

- Вопросы:

- Цели и задачи работы с потребителями.
- Основные этапы формирования программы и принципы реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж, презентации

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Понятия инвесторов. Механизм разработки программы отношений с инвесторами.
 - Основные инструменты для работы с инвесторами: (отчет, собрание, специализированные средства).
 - Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.
- Практическое задание: разработка программы презентации направления «Реклама и связь с общественностью» для потенциальных абитуриентов. Работа осуществляется в группах по 2-3 человека. Затем происходит защита проектов каждой группы.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Цели и задачи работы с потребителями.
 - Назовите основные этапы формирования программы и принципы, которых надо придерживаться при реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.
 - Ситуативный подход Сайтла.
 - Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций.
 - Понятия инвесторов. Раскройте механизм разработки программы отношений с инвесторами.
 - Опишите основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: (отчет, собрание, специализированные средства).
 - Опишите направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.
- Практическое задание: Предложите тематику и разработайте основные положения программы «круглого стола» в рамках деятельности регионального социально- ориентированного НКО (описание проблемы, цель, участники, ключевые обсуждаемые вопросы, формат и пр.).


Тема 12. Работа с внутрифирменной аудиторией (семинар, практическое занятие)

- Вопросы:

- Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
 - Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
 - Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.
- Практическое задание: Разработка программы исследования каналов внутрифирменной коммуникации образовательного учреждения.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
 - Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
 - Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.
- Практическое задание: Используя дополнительную литературу по методам проведения социологического исследования разработать пункты программы изучения каналов внутрифирменной коммуникации для образовательного учреждения. Каковы могут быть проблемные ситуации, цели, задачи, методы исследования. Результаты оформить в письменном виде и использовать для дальнейшей работы на семинарском занятии.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Тема 13. Эффективность связей с общественностью (семинар, семинар-конференция)

- Вопросы:

- В чем сложность оценки эффективности PR-кампании
- Каковы критерии оценки эффективности PR
- Оценка эффективности PR на этапе подготовки программы.
- Методика оценки промежуточных результатов.
- Как оценивать эффективность внутрикорпоративных коммуникаций. Какие методы используются.
- Анализ вторичной информации.
- Методы исследования: Case Studies, тестирование, контент-анализ. Опросы. Фокус-группы. Этнографические исследования.

- Презентации, доклады по результатам мониторинга материалов в сети интернет об Ульяновском государственном университете за 3 месяца.

Вопросы для самостоятельного изучения

- В чем сложность оценки эффективности PR-кампании
- Каковы критерии оценки эффективности PR
- Оценка эффективности PR на этапе подготовки программы.
- Методика оценки промежуточных результатов.
- Как оценивать эффективность внутрикорпоративных коммуникаций. Какие методы используются.
- Анализ вторичной информации.
- Методы исследования: Case Studies, тестирование, контент-анализ. Опросы. Фокус-группы. Этнографические исследования.

- Практическое задание: Подготовить мониторинг материалов в печатных СМИ и в сети Интернет об Ульяновском государственном университете за 3 месяца (каналы распределяются между всеми студентами группы). Подготовить аналитическую записку, выступление\презентацию.

Тема 14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства (семинар-конференция)


- Специфика PR-деятельности в разных сферах:

- в государственных и общественных структурах.
- в СМИ.
- в деятельности политических партий и движений.
- в сфере производства и управления.
- в науке,
- в культуре
- в здравоохранении.
- в финансовой и банковской сферах.
- в малом бизнесе.
- в рекреации
- в спорте.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Подготовка доклада/презентации: специфика связей с общественностью в одной из сфер (по выбору):

- в государственных и общественных структурах.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- в СМИ.
- в деятельности политических партий и движений.
- в сфере производства и управления.
- в науке,
- в культуре
- в здравоохранении.
- в финансовой и банковской сферах.
- в малом бизнесе.
- в рекреации
- в спорте.

- Практическое задание: Составить список групп общественности для любой социальной PR-кампании. Какие средства вы выберете для подготовки выступления руководителя фирмы перед персоналом, и какие – для публичного доклада в общественных организациях? Задание оформляется в письменном виде.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен по УП

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ


Данный вид работы не предусмотрен по УП

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	Определения понятия «Связи с общественностью»: существующие подходы
2.	История развития PR как социального явления. Первые PR-явления в обществе. Прапиаристическая деятельность в Средние века и Новое время.
3.	История становления зарубежного PR в 18 – 19 вв. Развитие PR в 20 веке.
4.	Основные функции PR
5.	Роль и место PR в системе маркетинговых коммуникаций Реклама и связи с общественностью: общее и особенное.
6.	Процесс коммуникации в PR и его основные этапы Основные теоретические концепции связей с общественностью
7.	Понятие общественность, целевые аудитории, коммуникация, публичная коммуникация. Публицитный капитал. Типология групп общественности.
8.	Главные группы общественности. Определение целевых групп общественности и ключевых аудиторий. Внешняя и внутренняя аудитория. Приоритетные группы общественности.
9.	Структура институтов связей с общественностью
10.	Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России и за рубежом.
11.	Профессиональные сообщества PR. Профессиональные PR-сообщества России.
12.	Общая характеристика функций и требования к специалисту по связям с общественностью.
13.	Этические требования в PR. Этические нормы в работе PR-специалиста. Международные и российские этические кодексы.
14.	Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

15.	Сферы применения PR. Эволюция моделей PR-коммуникации. Коммуникативная модель PR-технологий.
16.	Теории распространения информации в обществе.
17.	Социально-психологические основы управления общественным мнением в PR и рекламе.
18.	Понятие установки в формировании общественного мнения Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
19.	Личностные факторы управления общественным мнением.
20.	Создание стереотипов как функция связей с общественностью.
21.	Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение.
22.	Психологические приемы убеждающего и внушающего воздействия
23.	Планирование PR. Особенности принципов управления PR.
24.	Основные этапы PR-деятельности: общая характеристика Стратегия и тактика PR-кампании, их составляющие
25.	Виды PR мероприятий, цели и правила их проведения
26. 26	Социологические исследования в PR-деятельности: направления, цели, методы исследований.
27. 27	Понятие, задачи медиа-релейшнз,
28. 28	Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.
29. 29	Характеристика каналов коммуникации в PR-деятельности
30. 30	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
31.	Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
32.	Правила проведения медиа – мониторинга.
33.	Особенности работы с органами государственной власти Лоббирование: понятия и правила ведения работы с представителями власти
34.	Понятия инвесторов Основные инструменты PR, применяемые для работы с инвесторами
35.	Роль PR в продвижении товаров и услуг. Коммуникации с посредниками и дилерами.
36.	Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
37.	Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ. Понятия имиджа, репутации, паблисити.
38.	Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.
39.	Понятие корпоративной идентичности
40.	Понятие и классификации кризиса. Стадии кризиса. Стратегии антикризисного управления в PR
41.	Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации. Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса.
42.	Слухи как фактор влияния на кризис.
43.	Основные проблемы оценки эффективности связей с общественностью.
44.	Методы и направления оценки эффективности PR-коммуникаций.
45.	Имидж товара (услуги). Персональный имидж

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

46.	Имидж территории и его составляющие
47.	Принципы формирования баз данных СМИ. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье
48.	PR в эпоху новых медиа.
49.	Определение проблем PR. Постановка целей PR-кампании
50.	Коммуникационные модели в связях с общественностью, их эволюция.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения


- Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:
- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
 - написание реферата;
 - выполнения практических домашних заданий;
 - подготовка к экзамену.

Очная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка выступления на «круглом столе»,	8	Устный опрос, проверка доклада
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью	Подготовка к семинарскому занятию	6	Устный опрос
Тема 3. Профессиональные PR-сообщества и издания	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка выступления на «круглом столе»	6	Устный опрос, Проверка доклада
Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	Подготовка к семинарскому занятию	4	Устный опрос
Тема 5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	Подготовка к семинарскому занятию	6	Устный опрос
Тема 6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	6	Устный опрос Проверка выполнения заданий Аналитической

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		


			записки
Тема 7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос Проверка выполнения заданий
Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка доклада/презентации	6	Устный опрос Проверка выполнения заданий, доклада
Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки Подготовка доклада/презентации	6	Устный опрос Аналитической записки Проверка выполнения заданий, доклада
Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос Проверка выполнения заданий
Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос Проверка выполнения заданий
Тема 12. Работа с внутрифирменной аудиторией	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос Проверка выполнения заданий
Тема 13. Эффективность PR	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий, Подготовка доклада/презентации Написание аналитической записки	4	Устный опрос Проверка выполнения заданий, доклада Аналитическая

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		


			записка
Тема 14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	Подготовка доклада/презентации, Выполнение практического задания	6	Проверка выполнения заданий, доклада

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания	14	Устный опрос тест
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью Профессиональные PR-сообщества и издания	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка выступления на «круглом столе»	19	Устный опрос, Проверка доклада тест
Тема 3. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	Подготовка к тексту	14	Тест
Тема 4. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	Подготовка к семинарскому занятию	12	Устный опрос тест
Тема 5 Планирование и организация деятельности в сфере PR	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	14	Устный опрос Проверка выполнения заданий Аналитической записки тест
Тема 6. Имидж, престиж и технологии их формирования	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка доклада/презентации	12	Устный опрос Проверка выполнения заданий, доклада тест
Тема 7.	Выполнение практических заданий,	14	Проверка

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Организация работы в кризисных ситуациях	Написание аналитической записки Подготовка доклада/презентации		выполнения заданий, доклада, Аналитической записки тест
Тема 8. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	14	Устный опрос Проверка выполнения заданий, тест
Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией	Выполнение практических заданий	12	Проверка выполнения заданий, тест
Тема 10. Эффективность PR	Выполнение практических заданий, Подготовка доклада/презентации Написание аналитической записки	12	Проверка выполнения заданий, Аналитической записки тест
Тема 11. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	Подготовка доклада/презентации, Выполнение практического задания	14	Проверка выполнения заданий, доклада

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469809>
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662>
4. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2933-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>

Б) Дополнительная литература:


1. Грачев, А. С. PR-служба компании [Электронный ресурс] : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — 978-5-394-03568-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html>
2. Социальная коммуникация в современном мире : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Кузьмина, Н. Ю. Кремнева, Н. В. Гончарова [и др.]; под ред. Е. В. Кузьминой ; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1600>
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468724>
4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

в) Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. Введение в теорию и практику связей с общественностью : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова, Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 455 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8209>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А./  / _____ 2021 г

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:


6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:


Зам. Начальника УИТиТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О.

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.