


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 18 июня 2020 г. протокол № 12/217
Председатель *Машина Т.А./*
(подпись, расшифровка подписи)
«18» июня 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Введение в теорию и практику связей с общественностью
Факультет	
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 2020 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021г.


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.п.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
<i>(Подпись)</i> / А.К. Магомедов / ФИО «2» июня 2020 г.	<i>(Подпись)</i> / А.К. Магомедов / ФИО «2» июня 2020 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 «Теория и практика связей с общественностью» Б1.В.ОД.2 относится к вариативной части обязательных 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», «Искусство», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве», «Планирование рекламных кампаний», «Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве»,

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

«Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Поведение потребителей».


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>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5


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

4.2. 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	22	10	12	
Аудиторные занятия:	22	10	12	
лекции	10	4	6	
семинарские и практические занятия	12	6	6	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	149	70	79	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Тест, аналитическая записка, практические задания	Тест, аналитическая записка, практические задания	

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


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


4.3. 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
Тема 5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях	12	4	4		2	4	Опрос Тест выполнение практических заданий

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

с общественностью							
Тема 6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	12	4	2		2	6	Опрос тест аналитич еская записка
Тема 7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	10	2	2		2	6	Опрос тест выполне ние практиче ских заданий
Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	14	4	4		2	6	Опрос тест выполне ние практиче ских заданий, доклад
Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях	10	2	2		2	6	Опрос тест, аналитич еская 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
Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами	8	2	2		2	4	Опрос тест выполне ние практиче ских заданий, доклад
Тема 12. Работа с внутрифирменно й аудиторией	8	2	2		2	4	Опрос, тест выполне ние


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

							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	2		2	13	Опрос, выступление Тест
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью Профессиональные PR-сообщества и издания	20		2		2	18	Опрос, тест, доклад
Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций							
Тема 3. Коммуникативно	16	2				14	Опрос, тест

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

е пространство как сфера PR-деятельности								
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								
Тема 8. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями Организация работы с потребителями, выстраивание	16	2	2		2	14	Опрос тест выполнение практических заданий, доклад	

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

отношений с инвесторами							
Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией	12					12	Опрос, тестирование выполнения практических заданий
Тема 10. Эффективность связей с общественностью	14	2			2	12	Опрос, тестирование практических заданий, доклад, аналитическая записка
Тема 11. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	14					14	Опрос, доклад
Итого	171*	10	12		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 связей.

История развития PR как социального явления. 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. 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

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

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 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

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

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-рейтинга, задачи медиа-рейтинга как стратегии управления информацией. Понятие коммуникационных каналов, их достоинства и недостатки. Определение целей медиарейтинга. 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. Упреждающее 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. 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

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

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

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

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

- 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 семинарском занятии.

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

- Вопросы:

- PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы. функции.

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

- 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»)

- 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.
 - Ассоциация консультантов в области PR (PRCA).
 - Американская ассоциация по связям с общественностью – PRSA.
 - Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО).

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

- 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.
- Основные подходы к организации службы PR.
- Этапы планирования PR-коммуникаций.

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

- 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 информации, которую PR-служба фирмы должна «производить» для СМИ

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

- 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-рейтинга. 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: Пробуйте определить наиболее вероятностные 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 связи 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


10.1. 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	13	Устный опрос тест
Тема 2. Структура институтов связей с общественностью Профессиональные PR-сообщества и издания	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка выступления на «круглом столе»	18	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. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182>
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046>
3. 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>
4. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453403>

Дополнительная литература:


1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>
2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450027>
3. 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>
4. 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>

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:

Библиотекарь ООА Якушкова ИА / ЮлГУ / 2020.

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

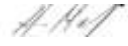





Доцент

Гончарова Н.В.

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. 4.2 Объем дисциплины по видам учебной работы п. «Общая трудоемкость дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		15.06.21
2	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		15.06.21
4	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		15.06.21


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

Приложение 1

4.2 Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения __заочная__)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	22	10/10*	12/12*	
Аудиторные занятия:	22	10/10*	12/12*	
лекции	10	4/4*	6/6*	
семинарские и практические занятия	12	6/6*	6/6*	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	149	70	79	
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		9/9* экзамен	
Всего часов по дисциплине	180	80	100	

*Количество часов работы ППС с обучающимися в дистанционном формате с применением электронного обучения

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

Приложение 2

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/47226/>
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 213 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/Шамакова 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		

Приложение 3

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 Букар. – 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-e97828f97e1%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 ИВБИС. - 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. «Grebennikov» : 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