


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 20 июня 2019 г., протокол № 13/205  
/Магомедов А.К./  
*(подпись, расшифровка подписи)*  
«20» июня 2019 г.

Председатель \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Планирование PR-кампаний
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

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: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «\_1\_» сентября\_2019 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №\_10\_ от 02.06. 2020\_\_ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №\_10\_ от 15.06. 2021\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_20\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРИК	к.пс.н.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой
 _____ А.К. Магомедов / <i>Подпись</i> <span style="float: right;"><i>ФИО</i></span> «4»_июня__2019__ 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

**Целью освоения дисциплины** является дать студентам целостное представление о проектной деятельности в сфере связей с общественностью. Такая форма PR-деятельности, как кампания является основной в сфере СО, главным практическим инструментом, который включает в себя, по сути, весь комплекс PR-технологий. Соединить технологии единой стратегией проведения кампании, добиться наилучших взаимоотношений между организацией и ее целевыми аудиториями для того, чтобы создать имидж, укрепить репутацию, вывести на рынок новый продукт, выйти с наименьшими потерями из кризисной ситуации – этими навыками ведения PR-кампаний должны овладеть студенты.

### **Задачи освоения дисциплины:**

- изучить основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества;
- выявить и проанализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества;
- получить набор практических навыков по стратегическому планированию в рамках основной формы профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества – PR-кампании.


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Планирование PR-кампаний» Б1.Б.34 относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в пятом и шестом семестрах.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, основы управления, маркетинга, основы проектной деятельности и нормы права (предшествующие дисциплины Основы теории коммуникации, Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику СО, Теория и практика массовой информации, Основы проектного управления, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Социальное предпринимательство, Основы предпринимательского права, Технологии имиджмейкинга, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью), Учебная практика - Проектная деятельность

### **Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, PR в сфере культуры, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Коммуникации в политических процессах и институтах, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Цифровой маркетинг, Основы брендинга, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью,


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

Продвижение СМИ, Медиапланирование, Профессионально-творческая производственная практика, Преддипломная практика, ГИА


### 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
УК 2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p><b>Знать:</b> виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. Знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; уметь использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> методиками разработки цели и задач проекта, методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.</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><b>Знать:</b> методы сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы, с учётом знаний общественных наук и актуальных проблем современного общества.</p> <p><b>Уметь:</b> применять методы социологических и психологических исследований с целью изучения поведения потребителя, мониторинга общественного мнения, организации воздействия, исследования отношения различных аудиторий к компании, бренду, товару.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа, разработки и оценки документов, включая медиапланы, медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>
ОПК 4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> основные концепции и направления современного предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> отвечать на запросы общества и аудитории в</p>

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

	<p>профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы проектной деятельности и нормы права.</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>
<p>ПК 2 - Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> - виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности организации при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью и с рекламными целями;</li> <li>- критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b> - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> - навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на продвижение продуктов; - прикладными методами проведения маркетинговых исследований; технологиями тактического планирования в рекламной и PR-деятельности</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

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5


4.2. по видам учебной работы (в часах) 180 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная )			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		5	6	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	22	8	14	
Аудиторные занятия:	22	8	14	
Лекции	8	4	4	
семинарские и практические занятия	14	4	10	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	145	60	85	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Эссе, Практические задания, презентации, деловая игра, тест	Практические задания, проект	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	13	Зачёт (4)	Экзамен (9)	
Всего часов по дисциплине	180	72	108	


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

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	
<b>Раздел 1. Виды и технологии организации PR-кампаний (семестр 5)</b>							
Тема 1. Понятие и общая характеристика PR-кампаний. Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах	6					6	Письменный опрос (конспект Темы 1)

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

Тема 2. Стратегическое планирование и программирование PR-кампаний, понятие и сущность PR-технологий	6					6	Письменный опрос (конспект Темы 2)
Тема 3. Управление проектами в связях с общественностью	8	2				6	Написание эссе
Тема 4. PR-бриф: структура и содержание	8					8	Выполнение практического задания 1
Тема 5. Бюджет PR-кампании	10		2		2	8	Выполнение практического задания 2
Тема 6. Особенности организации PR-кампаний в Интернет	8	2				6	Письменный опрос (конспект Темы 6)
Тема 7. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг	8					8	Письменный опрос (конспект Темы 7)
Тема 8. Имиджевые кампании в связях с общественностью	4					4	Письменный опрос (конспект Темы 8)
Тема 9. Репутационные кампании в связях с общественностью	10		2		2	8	Проверка конспектов, коллоквиум (по вопросам тем 1-2, 6-8 конспектов) – устный опрос, тест зачётный
<b>Раздел 2. Практика планирования и реализации PR-кампаний (семестр 6)</b>							
Тема 10. Создание и продвижение бренда средствами PR	18	2	2		2	14	кейс 1
Тема 11. Кампании по созданию и продвижению геобренда	33		2		2	31	Письменный опрос (конспект Темы 11). Домашняя работа - кейс 2
Тема 12. Роль PR в продвижении продуктов и услуг на рынок, как разновидность кампании в экономической сфере	20		2		2	18	Письменный опрос (конспект Темы 12) Домашняя

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

							работа - кейс 3
Тема 13. Оформление проекта PR-кампании. Итоговый отчёт по завершении: структура итогового отчёта и процесс его составления	28	2	4		4	22	Устный опрос, практическое задание (проект) и его презентация
Итого	167	8	14			145	

**167+4 (ЗАЧЁТ)+9 (ЭКЗАМЕН) =180 Ч.**

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Раздел 1. Виды и технологии организации PR-кампаний

#### Тема 1. Понятие и общая характеристика PR-кампаний. Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах.

Понятие PR-кампании как одной из форм ведения деятельности в связях с общественностью. Характеристики PR-кампании, её виды, типичная структура и этапы. Соотношение понятий PR-акция, PR-проект, PR-кампания. Коммуникационные системы RACE, ATL/ BTL AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR и др. Восьмиэтапная модель стратегического планирования PR-кампании (Филипп Буари)

#### Тема 2. Стратегическое планирование и программирование PR-кампаний, понятие и сущность PR-технологий.

Общая характеристика этапа планирования PR-кампании. Разработка стратегического планирования. Тактическое планирование. Место и значение PR-кампании в общей PR-деятельности организации. Миссия и видение организации: PR-программирование. Понятия технологии и PR-технологии. PR-технологии как частный вид социально-коммуникативных технологий. Общие признаки. Модульные технологии в реализации PR-кампаний.

#### Тема 3. Управление проектами в связях с общественностью.


Понятие проекта. Отрасли применения проектного подхода. Значение проектного подхода в сфере коммуникаций. Ключевая разница между проектной и постоянно текущей операционной деятельностью. Признаки проекта. Команда проекта. Профессиональные роли участников команды проекта. Понятие имаджининга (У. Дисней). Совместное создание ценностей, запоминающихся впечатлений на основе убеждений аудитории. Редизайн ситуации (проблемы, продукта, услуги) через творческое создание новой интерпретации ситуации (проблемы, продукта, услуги). Мобилизация коллективной креативности для бизнес-задач.

#### Тема 4. PR-бриф: структура и содержание.

Техническое задание на разработку проекта по предоставлению услуг в связях с общественностью (PR-бриф). Цель PR-брифа, его структура. Содержание разделов брифа. Условия двухступенчатого тендера.

#### Тема 5. Бюджет PR-кампании.

Определение общего объема бюджетных средств, ассигнуемых на коммуникационную кампанию в целом. Распределение средств бюджета кампании по статьям расходов.

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

Способы расчета бюджета.

### **Тема 6. Особенности организации PR-кампаний в Интернет.**

Типы коммуникации в Интернет и их конвергенция с традиционными коммуникационными принципами и возможностями. Особенности работы с целевыми аудиториями в Интернет. Блоги и блогосфера как перспективное поле для PR-технологий. Организация и проведение PR-кампаний в Интернет.

### **Тема 7. Виды PR-кампаний. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг.**

Понятия спонсоринг, меценатство и фандрайзинга. Преимущества спонсорства. Основания для выделения средств. Мотивы выделения средств при фандрайзинге. Структура и содержание спонсорского пакета. Письмо запрос и заявка потенциальным спонсорам.

### **Тема 8. Имиджевые кампании в связях с общественностью**

Определение требований аудиторий. Формулировка характеристик в сумме составляющих имидж. Перевод выбранных характеристик в разные контенты (визуальный, вербальный, событийный, контекстный, семейный и др). Составление медиаплана и плана кампании по продвижению имиджа.

### **Тема 9. Репутационные кампании в связях с общественностью.**

Репутация как основная цель деятельности по связям с общественностью. Временные особенности кампаний по поддержанию репутации. Технологии спин-доктора в работе по поддержанию репутации фирмы или личности в условиях кризисных угроз

## **Раздел 2. Практика планирования и реализации PR-кампаний**

### **Тема 10. Создание и продвижение бренда средствами PR.**

Предназначение брендов. Классификация атрибутов бренда как набора потребительских ассоциаций. Создание потребительской ценности бренда посредством использования концепции позиционирования. Поведение потребителя как стратегический фактор управления брендом.

### **Тема 11. Кампании по созданию и продвижению геобренда**

Place branding как научно-практическая область. Понятие геобрендинга.

Концепция геобрендинга.

Соотношение понятий имидж, бренд и маркетинг территорий.

Технологии создания геобрендов.


Лучшие примеры отечественной и зарубежной практики по созданию геобрендов.

### **Тема 12. Роль PR в продвижении продуктов и услуг на рынок, как разновидность кампании в экономической сфере.**

Понятие продвижения. Основные и синтетические средства продвижения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Место СО в ИМК. Особенности продвижения продуктов на разных этапах жизненного цикла продукта. Рассмотрите примеры успешных кейсов продуктов.

### **Тема 13. Оформление проекта PR-кампании. Структура итогового отчёта и процесс его составления.**



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

Значение предоставления проекта заказчику и его презентации. Структура PR-проекта, его оформление (в качестве примера познакомьтесь с оформлением проектов, предоставленных на конкурс национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» (Библиотека института МАСС МЕДИА); обратите внимание на алгоритм проектов: Проблематика. Целевые аудитории. Цель и задачи. Коммуникационная стратегия. Тактика, креативные решения. Практические действия. Результаты; обратите внимание на оформление титульного листа, иллюстрации, шрифт, абзацы, разбивку на разделы и другие оформительские приемы - они важны для восприятия проекта). Подготовка презентации проекта.

Формы отчетов по кампании и их формат. Детали отчета: введение, цель кампании, выполнение календарного графика, объем выполненных работ, оценка эффективности кампании, выводы, предложения на будущее. Общие проблемы отчетов: излишняя детализация, отсутствие конкретизации, поверхностность отчета и т.д.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Раздел 1. Технологии организации PR-кампаний.

#### Тема 1. Понятие и общая характеристика PR-кампаний. Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах.

Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 1 по вопросам:

1. Рассмотрите определения PR-кампаний в учебной и учебно-методической литературе, выделите общее и различное в определениях разных авторов.
2. Расшифруйте название коммуникационной системы RACE.
3. Перечислите, какие еще коммуникационные системы вы знаете. Как расшифровываются их названия?
4. Выпишите и охарактеризуйте каждый из 8 этапов модели Ф.Буари.
5. На каком этапе необходимо предусмотреть программы контроля и оценки эффективности кампании.


#### Тема 2. Стратегическое планирование и программирование PR-кампаний, понятие и сущность PR-технологий.

Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 2 по вопросам:

1. В чём заключается сущность стратегического и тактического планирования PR-кампаний?
2. Каково место PR-кампаний в общей коммуникационной политике предприятия?
3. Какую роль играют технологии в любой сфере человеческой деятельности? Приведите примеры технологий из разных профессиональных отраслей.
4. Дайте понятие PR-технологий. Перечислите конкретные PR-технологии, которые вам известны.
5. Опишите примеры использования различных технологических модулей в зависимости от вида кампании по СО.

#### Тема 3. Управление проектами в связях с общественностью.

Эссе на тему: «Формула успешного проекта Уолта Диснея: как из фантазии создать живой образ?»

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

#### **Тема 4. PR-бриф: структура и содержание.**

##### Практическое задание 1 по теме 4:

1. Напишите клиентский бриф для кампании по сопровождению благотворительного фонда.
2. Составьте бриф агентства по организации и проведению кампании благотворительного фонда.
3. В чем состоит различие брифов, написанных двумя сторонами участников кампании (материалы в помощь: <http://www.akospr.ru/standarty-industrii/provedenie-tenderov>).
4. По результатам подготовьте презентацию в Power Point.

#### **Тема 5. Бюджет PR-кампании.**

##### Практическое задание 2 по теме 5:

1. Ознакомьтесь с материалами АКОС по единому ценообразованию в связях с общественностью (отчёт находится в открытом доступе по ссылке: [http://pracademy.ru/files/upload/89/03/AKOS\\_REPORT\\_2015.pdf](http://pracademy.ru/files/upload/89/03/AKOS_REPORT_2015.pdf)).
2. Сформируйте бюджет кампании на один год по следующим параметрам:
  - количество сотрудников - 25,
  - расходы на заработную плату,
  - расходы на коммуникации по видам деятельности,
  - расходы на организацию событий,
  - хозяйственные расходы ,
  - налоги,
  - доходы от деятельности,
  - средства на развитие PR-структуры.
3. По результатам подготовьте презентацию в Power Point.

#### **Тема 6. Особенности организации PR-кампаний в Интернет.**

Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 6 по вопросам:

1. Охарактеризуйте типы PR-коммуникаций в Интернет.
2. Каковы особенности работы с целевыми аудиториями в Интернет?
3. Приведите несколько примеров успешных PR-кампаний, проведенных в Интернет.
4. Приведите примеры успешных PR-кампаний, проведенных с использованием онлайн и офлайн технологий.
5. Подготовьте по итогу презентацию в Power Point.

#### **Тема 7. Виды PR-кампаний. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг.**


Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 7 по вопросам:

1. Как различаются понятия спонсоринга и меценатства в англо-саксонской и латинской (европейской) школах коммуникаций?
2. Какой исторический персонаж дал свое имя меценатству? Каких известных в мировой истории меценатов вы можете назвать?
3. Чем может быть выгодна спонсорская деятельность для бизнес-структур?
4. Какие шаги предполагает грамотный фандрайзинг?

#### **Тема 8. Имиджевые кампании в связях с общественностью**

Деловая игра «Персональная имиджевая кампания».

Группа делится на три части. В каждой из них определяется персона, которой надо

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

создать имидж.

Инструкция к деловой игре:

1. Определите характеристики имиджа, переведите их в разные контенты.
2. Составьте медиаплан по продвижению имиджа в СМИ.
3. Составьте событийный план кампании в целом.
4. Сведите оба плана в единый план кампании.

### **Тема 9. Репутационные кампании в связях с общественностью.**

Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 9 по вопросам:

1. Разновидности кампаний по поддержанию репутации с точки зрения временных рамок.
2. Приведите примеры кейсов по поддержанию репутации.
3. Охарактеризуйте основные методы оценки репутации.

### **Раздел 2. Практика планирования и реализации PR-кампаний.**

Данный раздел содержит серию практических заданий (кейсов) по разработке PR-кампаний, которые студенты реализуют применяя теоретические знания и практические навыки полученные в рамках изучения тем предыдущего раздела 1, используя PR-стратегии, технологии и дизайн Imagineering'a. В качестве итогового (финального) практического задания по данному разделу (форма текущего контроля) студенты проводят презентацию собственного проекта.

### **Тема 10. Создание и продвижение бренда средствами PR.**

10.1. Вопросы для обсуждения на семинаре (с учётом изученных самостоятельно вопросов):

- Расскажите истории успешных брендов. На чем основана их успешность с вашей точки зрения?
- Перечислите и охарактеризуйте технологии создания и продвижения бренда.

10.2. Кейс 1. «Бренд специальности в digital-среде».

Методом мозгового штурма составьте план кампании по укреплению бренда специальности РиСО среди студентов, сотрудников университета, а также потенциальных студентов и их родителей. Акцент - на ценностях надёжности, актуальности и перспективности данной профессиональной отрасли. План кампании должен предусматривать применение цифровых технологий и всех возможностей современных социальных медиа.


### **Тема 11. PR-кампании по созданию и продвижению геобренда**

11.1. Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 11 по вопросам:

1. Place branding как научно-практическая область. Понятие геобрендинга.
2. Концепция геобрендинга.
3. Соотношение понятий имидж, бренд и маркетинг территорий.
4. Технологии создания геобрендов.
5. Лучшие примеры отечественной и зарубежной практики по созданию геобрендов.

11.2. Кейс 2. «Туристические места и маршруты Ульяновска и области»: \_

Разработать и предложить план и программу по реализации PR-кампании формированию позитивного представления/восприятия уже существующих туристических мест

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

(маршрутов) г. Ульяновска и Ульяновской области, и/ или разработать кампанию для мест (маршрутов), которые потенциально могли бы стать частью региональной туристической индустрии.

### 11.3. Кейс 3. «Ремёсла старого Симбирска»:

Разработать и предложить план и программу по реализации PR-кампании по информированию и формированию позитивного представления/восприятия традиционных ремёсел, исторически существовавших на территории современной Ульяновской области, для перспектив повышения предпринимательской заинтересованности.

## Тема 12. Роль PR в продвижении продуктов и услуг на рынок, как разновидность кампании в экономической сфере.

12.1. Самостоятельная работа: изучение рекомендованной учебной, справочной, научно-методической литературы и составление конспекта Темы 12 по вопросам:

1. Понятие продвижения.
2. Основные и синтетические средства продвижения интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Роль связей с общественностью в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
4. Охарактеризуйте продвижение на разных этапах жизненного цикла продукта.
5. Приведите примеры успешных кейсов продвижения продуктов

### 12.2. Кейс 4 «Продвижение мобильного приложения «Ульяновск-комфорт-досуг».

Представить новый сервис (мобильное приложение), объединивший в себе все направления для возможного проведения досуга в Ульяновске (рестораны, кафе, бары, активный отдых, оздоровительный отдых, культурный досуг – театры, выставки, концерты и т.п. – включая неформальные культурные места и маршруты).


## Тема 13. Оформление проекта PR-кампании. Структура итогового отчёта и процесс его составления.

Вопросы для самостоятельно изучения:

- Значение предоставления проекта заказчику и его презентации.
- Структура PR-проекта, его оформление (познакомьтесь с оформлением проектов, предоставленных на конкурс национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» (Библиотека института МАСС МЕДИА); обратите внимание на алгоритм проектов: Проблематика. Целевые аудитории. Цель и задачи. Коммуникационная стратегия. Тактика, креативные решения. Практические действия. Результаты; обратите внимание на оформление титульного листа, иллюстрации, шрифт, абзацы, разбивку на разделы и другие оформительские приемы - они важны для восприятия проекта).
- Подготовка презентации проекта.
- Формы отчетов по итогам кампании и их формат.
- Детали отчета: введение, цель кампании, выполнение календарного графика, объем выполненных работ, оценка эффективности кампании, выводы, предложения на будущее.
- Общие проблемы отчетов: излишняя детализация, отсутствие конкретизации, поверхностность отчета и т.д.

В качестве практического Темы 13: Разработать проект кампании «Креативные индустрии как источник инноваций через PR, брендинг, рекламу и дизайн».

Студенты получают следующее задание: провести анализ PR-кампании регионального

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

продукта или события (из сферы культурного туризма, креативной индустрии, сферы гостеприимства и т.п).

В рамках задания необходимо:

- 1) проанализировать существующее положение продукта на рынке, сложившийся у него имидж, потребности с точки зрения развития и продвижения;
- 2) определить основные цели и задачи PR-кампании;
- 3) продумать стратегию и тактику (реальные шаги по продвижению);
- 4) определить и детально представить временные рамки;
- 5) описать и обосновать каналы коммуникации и продвижения;
- 6) оценить краткосрочные и долгосрочные эффекты PR-кампании.

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Не предусмотрено по учебному плану.

## 8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	Понятие и общая характеристика PR-кампании.
2.	Характеристика различных видов PR-кампании.
3.	Охарактеризуйте восьмиступенчатую модель стратегического планирования в СО Ф. Буари.
4.	Что представляет собой модель стратегического планирования RACE.
5.	Виды коммуникационных систем, применяемые при стратегическом планировании PR-кампаний.
6.	Стратегическое планирование и программирование в СО.
7.	Стратегия и тактика в PR-кампании. Составьте тактический план любой PR-кампании.
8.	Определение и сущность PR-технологий.
9.	Модульные технологии в реализации PR -проектов.
10.	Соотнесите понятия PR-акция, PR-кампания, PR-проект.
11.	Техническое задание или PR-бриф.
12.	Квалификационные требования к PR-агентству в техническом задании.
13.	Параметры презентации PR-брифа.
14.	Первый раздел PR-брифа.
15.	Управление проектами в PR.
16.	Роль и обязанности руководителя в осуществлении проектной деятельности.
17.	Определение и признаки проекта.
18.	Способы расчета бюджета при проведении PR-кампании.
19.	Бюджет PR-кампании. Его формирование.
20.	Особенности PR-кампаний в Интернет.
21.	Интернет-технологии PR-кампаний.
22.	Структура отчета заказчику о результатах PR-кампании. Его виды. Подготовка презентации отчета заказчику.
23.	Социальные кампании: спонсорство.


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

24.	Социальные кампании: фандрайзинг.
25.	Социальные кампании: спонсорский пакет.
26.	Проанализируйте особенности PR-кампании по информационному и коммуникационному аудиту.
27.	Кампании по созданию и продвижению имиджа в СО. Их особенности, алгоритм создания и проведения.
28.	Укрепление репутации – как цель PR-деятельности. Особенности кампаний по укреплению или восстановлению репутации.
29.	Приведите пример успешного кейса по созданию и продвижению бренда. Выделите PR-технологии в этой кампании.
30.	На примере нашего региона создайте алгоритм кампании по геобрендингу.
31.	Перечислите и охарактеризуйте особенности избирательных кампаний.
32.	Избирательная кампания как яркий вид проектной деятельности.
33.	Особенности PR-кампаний на фондовом рынке.
34.	Особенности PR-кампаний в реальном секторе экономики.
35.	Акценты в работе при организации PR-кампаний в финансовой сфере.
36.	Инвестиционная привлекательность региона. PR-кампании по ее созданию.
37.	Особенности PR-кампаний в процессе проведения IPO.
38.	Определение и виды кризисов.
39.	Этапы кризиса и его профилактика, как вид PR-кампаний.
40.	Проблемы, осложняющие управление антикризисной кампанией и их преодоление.
41.	Разработка стратегии антикризисной PR-кампании.
42.	Определение и современные тенденции развития коммуникационного кризис-менеджмента.
43.	Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании.
44.	Правила оформления проекта будущей кампании и предоставление его заказчику.
45.	Способы оценки эффективности PR-кампании.
46.	Технологии позиционирования при проведении PR-кампаний.
47.	Технологии продвижения при проведении PR-кампаний.
48.	Место СО в ИМК.
49.	Особенности кампаний по продвижению на разных этапах жизненного цикла продукта.
50.	Успешные кейсы продвижения продуктов и роль PR-технологий в этих кампаниях.


## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

### 9.1. Общие положения

- Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:
- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, написание конспектов лекций;
  - выполнение практических заданий, подготовка презентаций, устных сообщений;
  - написание эссе;
  - подготовка к зачету, к экзамену.

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

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. Понятие и общая характеристика PR-кампаний. Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	6	Проверка конспекта Темы 1
Тема 2. Стратегическое планирование и программирование PR-кампаний, понятие и сущность PR-технологий	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	6	Письменный опрос (конспект Темы 2)
Тема 3. Управление проектами в связях с общественностью	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка эссе	6	проверка эссе
Тема 4. PR-бриф: структура и содержание	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, выполнение практического задания	8	Проверка практического задания 1
Тема 5. Бюджет PR-кампании	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, выполнение практического задания	8	Проверка практического задания 2
Тема 6. Особенности организации PR-кампаний в Интернет	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	6	Письменный опрос (конспект Темы 6)
Тема 7. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	8	Письменный опрос (конспект Темы 7)
Тема 8. Имиджевые кампании в связях с общественностью	Подготовка к деловой игре, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	<b>Оценка деловой игры</b>

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

Тема 9. Репутационные кампании в связях с общественностью	Подготовка к коллоквиуму, подготовка к тестированию	8	Проверка конспектов, <b>коллоквиум</b> (по вопросам тем 1-2, 6-8 конспектов) – <b>устный опрос, тест зачётный</b>
Тема 10. Создание и продвижение бренда средствами PR	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка к семинарскому занятию, к выполнению кейса	14	Проверка кейса 1
Тема 11. Кампании по созданию и продвижению геобренда	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, выполнение кейсов	31	Письменный опрос (конспект Темы 11). Проверка кейса 2 и кейса 3
Тема 12. Роль PR в продвижении продуктов и услуг на рынок, как разновидность кампании в экономической сфере	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, выполнение кейсов	18	Письменный опрос (конспект Темы 12) проверка кейса 4
Тема 13. Оформление проекта PR-кампании. Итоговый отчёт по завершении: структура итогового отчёта и процесс его составления	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка проекта	22	Письменный опрос (конспект темы 13), практическое задание ( <b>проект</b> ) и его презентация

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


### Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература:

1. Шарков Феликс Изосимович. Паблик рилейшнз : учеб. пособие для вузов / Шарков Феликс Изосимович. - М. : Дашков и К°, 2006. - 312 с.
2. Шарков Феликс Изосимович. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учеб. пособие для вузов / Шарков Феликс Изосимович. - Екатеринбург : Деловая книга ; М. : Академ. проект, 2007. - 303 с.
3. Гринберг Татьяна Эдуардовна. Политические технологии: PR и реклама : учеб. пособие для вузов по напр. 520600 и спец. 021400 "Журналистика" / Гринберг Татьяна Эдуардовна. - М. : Аспект-Пресс, 2006. - 317 с.

#### Дополнительная литература:



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

1. Кузнецов П.А., Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П.А. Кузнецов - М. : Дашков и К, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>
2. Васильева, Л. А. Ролевые функции СМИ в процессе политической мифологизации : монография / Л. А. Васильева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 248 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39115.html>
3. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 244 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438912>

### Учебно-методическая литература

Андреева Ю. В. Планирование PR-кампаний : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8200>

Согласовано:

Зел. Библиотекарь ООО / Ильинская Е.А. / Ильин / 2019 г.  
Должность сотрудника научной библиотеки      ФИО      подпись      дата

### е) Программное обеспечение:


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

### ф) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

#### 1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
- 1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
- 1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
- 1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.
- 1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].

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

3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. **Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Информационная система [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://единоеокно.рф). Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал [Российское образование](http://www.edu.ru). Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

7. **Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.

г) **базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

- Электронный каталог научной библиотеки УлГУ.
- Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник {Электронный ресурс}.- Электр.дан. (7162 Мб: 473 378 документов). – {Б.И., 199-}
- ConsultantPlus: справочно-поисковая система {Электронный ресурс}.- Электр.дан. (733 861 документов) – {Б.И.,199-}

Согласовано:

зам. нач. УМОБ | Ключева ВВ | 2019 г.  
Должность сотрудника УИТиТФИО      ФИО      Подпись      дата

## 11. 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.

## 12. 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

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

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.



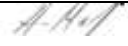
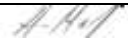

Разработчик




доцент Андреева Ю.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. 13 «Специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		2.06.20
2	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.		2.06.20
3	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 3	Магомедов А.К.		2.06.20
4	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 4	Магомедов А.К.		15.06.21
5	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 5	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

### 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





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

## Приложение 4

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

### УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Список рекомендуемой литературы

##### Основная литература:

1. 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. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662>
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
3. Шарков, Ф. И. Паблик рилейнз (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>

##### Дополнительная 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. — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/473382>
3. 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>
4. 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>
5. 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>


##### Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Планирование PR-кампаний: учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск: УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 357 КБ). - Текст: электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8200>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А.  2021



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

## Приложение 5

### 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 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. «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 УИТитТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТитТ      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		