

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

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 18 июня 2020 г. протокол № 12/217
 Председатель Гришина Т.А. /
 (подпись, расшифровка подписи)
 «18» июня 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Реклама и связи с общественностью Связи с общественностью в некоммерческих организациях
Факультет	
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: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2020 г.

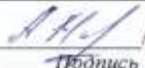
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021г.

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.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 _____ / А.К. Магомедов / Подпись ФИО «2» июня 2020 г.	 _____ / А.К. Магомедов / Подпись ФИО «2» июня 2020 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Изучение студентами основных концепций и методов рекламной и PR-деятельности в социально-ориентированных НКО организаций социальной сферы

Задачи освоения дисциплины: _

- понимание сущности, основных функций, специфики рекламы и связей с общественностью в социально-ориентированных НКО организаций социальной сферы
- анализ основных проблем и тенденций развития социального некоммерческого сектора,
- изучение основных элементов системы планирования и проведения рекламных и PR-кампаний социально-ориентированными НКО организациями социальной сферы
- применение полученных теоретических знания для решения конкретных задач по формированию и поддержанию имиджа НКО и организаций социальной сферы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» Б1.В.ДВ4 относится к вариативной части (дисциплина по выбору). Изучается в 6 семестре.

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 современного общества (предшествующие дисциплины «Социальные институты и процессы», «Искусство», «Социальное предпринимательство», «Демография и социальная статистика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов («Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации» «Основы интегрированных коммуникаций», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве»), а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Основы менеджмента» «Внутрифирменные коммуникации» «Коммуникационный менеджмент», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии имиджмейкинга» «Планирование PR-кампаний», «Планирование рекламной кампании»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Поведение потребителей», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Современная пресс-служба», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Современные финансовые инструменты в социальном

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

предпринимательстве», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Коммуникации в политических процессах и институтах».

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
ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	• Знать: основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в социальной сфере, источники и методы получения информации по состоянию социальных проблем и общественного мнения по различным социальным проблемам • Уметь: : Анализировать информацию для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере, оценивать общеэкономические, политические риски, их неблагоприятные последствия для организаций социальной сферы • Владеть: Методами анализа ситуации, проблем развития общественных и государственных институтов методами взаимодействия социально-ориентированных НКО организаций социальной сферы с различными целевыми аудиториями
ОПК7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знать: основные направления разработки коммуникационных кампаний, основы планирования и оперативной работы Деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии Уметь: выявлять новые сферы деятельности и разрабатывать стратегические планы коммуникационных кампаний в социальной сфере, выстраивать взаимоотношения с выстраивания взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и ее стейкхолдерами Владеть: навыками анализа проблемных ситуации при планировании коммуникационных кампаний навыками оценки эффективности деятельности
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности НКО, основные модели коммуникационного процесса НКО, их специфику; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях НКО, особенности работы PR-отделов в коммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры Уметь: разрабатывать варианты коммуникационных кампаний и обосновывать выбор оптимального медианосителя исходя из критериев

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

	эффективности коммуникационной кампании НКО и организаций социальной сферы Владеть: навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании НКО, технологиями формирования внутреннего и внешнего имиджа социально-ориентированных НКО организаций социальной сферы; методологией анализа коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR – деятельностью НКО; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами
--	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

4.2. по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения __очная__)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32		
Аудиторные занятия:	32	32		
Лекции	16	16		
семинарские и практические занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	40	40		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, проект Аналитическая записка		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* 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		
		6	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		

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

Лекции	4	4		
семинарские и практические занятия	4	4		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, проект Аналитическая записка		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* 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. Особенности менеджмента некоммерческих организаций							
Тема 1. Общая характеристика некоммерческой сферы. Понятие и структура некоммерческого сектора	6	2				4	Подготовка аналитической записки
Тема 2. Сущность и специфика коммуникационной деятельности в некоммерческой организации	8	2	2		2	4	Опрос, Выполнение заданий,
Раздел 2. Организация и планирование рекламных и PR-коммуникаций некоммерческих организаций							
Тема 3.	8	2	2		2	4	Опрос,

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

Коммуникационн ый менеджмент некоммерческой организации							Подготов ка доклада
Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	10	2	2		4	4	Опрос выполне ние практиче ских заданий
Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования	8	2	2		2	4	Опрос подготов ка доклада, аналитич еской записки
Тема 6. Работа с внутренней аудиторией организации	6	2	2		2	4	Опрос выполне ние практиче ских заданий,
Тема 7. Социальная реклама в НКО	6	2	2		2	4	Опрос выполне ние проекта,
Раздел 3. PR-технологии в привлечении ресурсов некоммерческих организаций							
Тема 8. Технологии спонсоринга и фандрайзинга	10	2	2		2	4	Опрос, выполне ние практиче ских заданий
Тема 9. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации	6		2		2	4	Опрос, Подготов ка аналитич еской записки
Итого	72	16	16		16	40	

Форма обучения ____ заочная ____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Заня тия в	Самостоя	
		Лекции	Практичес	Лаборатор			

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

			кие занятия, семинары	ные работы, практикум ы	интер актив ной форме	тель ная работа	
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Особенности менеджмента некоммерческих организаций							
Тема 1. Общая характеристика некоммерческой сферы. Понятие и структура некоммерческого сектора Сущность и специфика коммуникационной деятельности в некоммерческой организации	10	2				8	Подготовка аналитической записки Выполнение заданий
Раздел 2. Организация и планирование рекламных и PR-коммуникаций некоммерческих организаций							
Тема 2. Коммуникационный менеджмент некоммерческой организации	8					8	Выполнение практических заданий
Тема 3. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	8		2		2	6	Опрос выполнение практических заданий
Тема 4. Имидж, престиж и технологии их формирования	6					6	подготовка доклада, аналитической записки
Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации	8					8	выполнение практических заданий,
Тема 6. Социальная реклама в НКО	10		2		2	8	Опрос выполнение проекта,
Раздел 3. PR-технологии в привлечении ресурсов некоммерческих							

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

организаций							
Тема 7. Технологии спонсоринга и фандрайзинга	10	2				8	выполнение практических заданий
Тема 8. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации	8				2	8	Подготовка аналитической записки
Итого	72	4	4		4	60	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Особенности менеджмента социальных некоммерческих организаций

Тема 1. Общая характеристика социальных некоммерческой сферы. Понятие и структура некоммерческого сектора

Понятие некоммерческого сектора. Классификация подходов к определению некоммерческого сектора. Третий сектор, некоммерческий сектор и гражданское общество: соотношение понятий. Законодательная и нормативно-правовая база регулирования деятельности некоммерческих организаций.

Виды и типы некоммерческих организаций в России и за рубежом. Членские организации и особенности их функционирования (общественные организации, общественные движения, учреждения, органы общественной самодеятельности, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, объединения юридических лиц и т. д.). Фонды как особый вид НКО. Основные характеристики и различия в деятельности фондов (частные, фандрайзинговые, фонды местных сообществ, фонды целевого капитала).

Роль и значение деятельности некоммерческих организаций в современном обществе. История и основные тенденции развития некоммерческого сектора в России и за рубежом.

Тема 2. Сущность и специфика коммуникационной деятельности в некоммерческой организации

Особенности менеджмента некоммерческих организаций. Основные теоретические концепции: теория «производства общественных благ», «невыполненного контракта», «контроля стейкхолдеров».

Внешняя и внутренняя среда НКО. Заинтересованные стороны в работе НКО (стейк-холдеры). Отличительные особенности взаимодействия с внутренними и внешними стейкхолдерами.

Особенности разработки коммуникационной стратегии некоммерческой организации. Миссия организации и выработка стратегии некоммерческой организации. Особенности содержания целеполагания в разных типах некоммерческих организаций. Взаимосвязь целеполагания и планирования в деятельности некоммерческих организаций.

Раздел 2. Организация и планирование рекламных и PR-коммуникаций некоммерческих организаций

Тема 3. Коммуникационный менеджмент некоммерческой организации

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

Место PR в менеджменте некоммерческой компании. Специфика организации отделов по связям с общественностью в некоммерческих организациях. Публичная деятельность. Социальные проекты. Определение проблем рекламы и PR. Планирование деятельности: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана. Цели и направленность мероприятий рекламы и PR. Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения. Кампании, направленные на модификацию поведения людей. Технологии привлечения внимания к явлению или событию. Массовые публичные кампании.

Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Понятие медиа-рейтинга, задачи медиа-рейтинга для некоммерческих организаций. 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 5. Имидж, престиж и технологии их формирования

Понятия имиджа, репутации, паблисити. Корпоративный имидж некоммерческой организации, его структура. Имидж деятельности НКО. Внутренний имидж организации. Имидж основателя и/или основных руководителей организации. Имидж сотрудников. Визуальный имидж организации. Социальный 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.

Методы формирования имиджа некоммерческих организаций. Проведение рекламных кампаний некоммерческих организаций на примере рекламной кампании политической партии, общественной организации, образовательного учреждения, экологической организации. Социальная реклама.

Тема 6. Работа с внутренней аудиторией организации

Особенности управления сотрудниками в некоммерческих организациях. Построение отношений между сотрудниками в НКО. Правление или совет, сотрудники и добровольцы в НКО. Синдром выгорания в деятельности НКО. Методы мотивации и стимулирования сотрудников и волонтеров. Особенности привлечения и управления волонтерами.

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 7. Социальная реклама в НКО

Понятия «социальная реклама», «некоммерческая реклама», «общественная реклама», «политическая реклама». Цель, миссия, задачи социальной рекламы. Вербальная и визуальная составляющие социальной рекламы. Социальный слоган. Типология социальных текстов. Стилистика социальной рекламы. Стилиевые принципы социальной рекламы. Образные средства в создании текстов социальной рекламы. Эмоциональный компонент социальной рекламы. Позитивные и негативные эмоции. Использование шока и чувства юмора в социальной рекламе. Особенности аргументации

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

социальной рекламы. Приемы манипуляции в социальной рекламе.

Раздел 3. PR-технологии в привлечении ресурсов некоммерческих организаций

Тема 8. Технологии спонсоринга и фандрайзинга.

Понятие спонсоринга и фандрайзинга, их инструменты. Целевые мероприятия по привлечению средств PR-технологии в привлечении инвестиций. Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью. Почему компании занимаются благотворительностью.

Мониторинг организаций, имеющих благотворительные программы. Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью.

Фандрайзинговая кампания. Этапы фандрайзинговой кампании. Спонсорский пакет. Составление спонсорского пакета. Выбор вида спонсорства. Подготовка письма-заявки. Подготовка отчета по проведению фандрайзинговой кампании: структура, требования.

Тема 9. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации

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.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Особенности менеджмента некоммерческих организаций

Тема 1. Общая характеристика некоммерческой сферы. Понятие и структура некоммерческого сектора

Вопросы для самостоятельного изучения

- Понятие некоммерческого сектора. Существующие подходы
- Соотношение понятий: третий сектор, некоммерческий сектор и гражданское общество.
- Виды и типы некоммерческих организаций в России и за рубежом.
- Членские организации и особенности их функционирования (общественные организации, общественные движения, учреждения, органы общественной самодеятельности, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, объединения юридических лиц и т. д.).
- Фонды как особый вид НКО. Основные характеристики и различия в деятельности фондов (частные, фандрайзинговые, фонды местных сообществ, фонды целевого капитала).
- История и основные тенденции развития некоммерческого сектора в России и за рубежом.

- Подготовка аналитической записки - «Гражданское общество в России: проблемы и перспективы развития» (работа с литературой)

Тема 2. Сущность и специфика управленческой деятельности в некоммерческой организации (форма проведения – практическое занятие, семинар).

- Вопросы:

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

- В чем состоят отличия общественных благ от частных?
- Какие условия необходимы для производства общественных благ?
- Что такое социальный маркетинг?
- В чем преимущества некоммерческих производителей по Хансманну? Что он понимает под «невыполненным контрактом»?
- Приведите примеры реализации теории Хансмана на практике?
- В чем заключаются контрольные функции стейк-холдеров в некоммерческих организациях?
- Приведите примеры контроля со стороны стейк-холдеров в некоммерческих организациях?

- Практическое задание (работа в группах): провести анализ внутренней и внешней среды НКО. SWOT анализ. Анализ стейкхолдеров. (прим.: выполнению задания предшествует самостоятельная работа студентов).

Вопросы для самостоятельного изучения

- В чем состоят отличия общественных благ от частных?
- Какие условия необходимы для производства общественных благ?
- Что такое социальный маркетинг?
- В чем преимущества некоммерческих производителей по Хансманну? Что он понимает под «невыполненным контрактом»?
- Приведите примеры реализации теории Хансмана на практике?
- В чем заключаются контрольные функции стейк-холдеров в некоммерческих организациях?
- Приведите примеры контроля со стороны стейк-холдеров в некоммерческих организациях?

- Практическое задание : Собрать материал для анализа внутренней и внешней среды НКО (по выбору). Анализ стейкхолдеров. Провести мониторинг публикаций в СМИ (период 3-6 месяцев) Представить пресс-клиппинг публикаций, таблицы с данными мониторинга и итоговую аналитическую записку. Данные оформляются в письменном виде. Собранный материал используется на семинарском занятии.

Раздел 2. Организация и планирование рекламных и PR-коммуникаций некоммерческих организаций

Тема 3. Коммуникационный менеджмент некоммерческой организации (семинар, семинар-конференция)

- Вопросы:

- Место PR в менеджменте некоммерческой компании.
- Специфика организации отделов по связям с общественностью в некоммерческих организациях.
- Определение проблем рекламы и PR. Публичная деятельность. Социальные проекты.
- Этапы планирования рекламных и PR-коммуникаций.
- Цели и направленность мероприятий рекламы и PR в некоммерческих организациях
- Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения.
- Кампании, направленные на модификацию поведения людей.
- Технологии привлечения внимания к явлению или событию.
- Массовые публичные кампании.

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

- Доклады, презентации: «Анализ опыта коммуникационной деятельности на примере некоммерческой организации».

Вопросы для самостоятельного изучения

- Место PR в менеджменте некоммерческой компании.
- Специфика организации отделов по связям с общественностью в некоммерческих организациях.
- Определение проблем рекламы и PR. Публичная деятельность. Социальные проекты.
- Этапы планирования рекламных и PR-коммуникаций.
- Цели и направленность мероприятий рекламы и PR в некоммерческих организациях
- Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения.
- Кампании, направленные на модификацию поведения людей.
- Технологии привлечения внимания к явлению или событию.
- Массовые публичные кампании.

- Практическое задание. Описание коммуникационной деятельности некоммерческой организации (по выбору). Выделите ключевые проблемы, сформулируйте рекомендации. Задание оформляется в письменном виде, готовится доклад, презентация.

Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации (семинар, групповая дискуссия, практическое занятие)

- Вопросы:

- Понятие управления СМИ и информацией в некоммерческих организациях
- 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. Исправление ошибок в тексте пресс-релиза.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Понятие управления СМИ и информацией в некоммерческих организациях
- 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

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

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
- специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит

- Практическое задание: составить текст выступления на радио от имени общественно организации по какой-либо социально-значимой проблеме.

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

Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования (семинар-конференция)

- Вопросы:

- Имидж НКО как объект управления.
- Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании.
- Корпоративный имидж некоммерческой организации, его структура
- Имидж деятельности НКО
- Внутренний имидж организации.
- Персональный имидж, его характеристики
- Визуальный имидж организации
- Социальный имидж организации
- Корпоративная идентичность.

- Доклады/презентации – анализ имиджа некоммерческих организаций на примере политической партии, общественной организации, образовательного учреждения, экологической организации.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Имидж НКО как объект управления.
- Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании.
- Корпоративный имидж некоммерческой организации, его структура
- Имидж деятельности НКО
- Внутренний имидж организации.
- Персональный имидж, его характеристики
- Визуальный имидж организации
- Социальный имидж организации
- Корпоративная идентичность.

- Подготовка доклада/презентации – характеристика имиджа некоммерческих организаций на примере политической партии, общественной организации, образовательного учреждения, экологической организации (по выбору)

- Подготовка аналитической записки: «Перспективы использования политтехнологий в формировании имиджа политической партии» (работа с дополнительной литературой)
Сформулируйте свою позицию по данному вопросу, подберите аргументы, примеры из российской и международной практики.

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

Тема 6. Работа с внутренней аудиторией организации (семинар, практическое занятие)

- Вопросы:

- Особенности управления сотрудниками в некоммерческих организациях.
- Построение отношений между сотрудниками в НКО.
- В чем состоят особенности трудовых ресурсов некоммерческих организаций?
- Каковы отличия добровольцев от штатных сотрудников некоммерческой организации?
- Какие условия способствуют продолжительной работе добровольцев в НКО?
- Методы мотивации и стимулирования сотрудников и волонтеров.
- Особенности привлечения и управления волонтерами.
- Цели и задачи связей с общественностью в формировании внутрифирменных коммуникаций.
- Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций.

- Практическое задание: Разработка информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Работа в группах по 3 человека. Работе предшествует домашняя самостоятельная работа студентов.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Особенности управления сотрудниками в некоммерческих организациях.
- Построение отношений между сотрудниками в НКО.
- В чем состоят особенности трудовых ресурсов некоммерческих организаций?
- Каковы отличия добровольцев от штатных сотрудников некоммерческой организации?
- Какие условия способствуют продолжительной работе добровольцев в НКО?
- Методы мотивации и стимулирования сотрудников и волонтеров.
- Особенности привлечения и управления волонтерами.
- Цели и задачи связей с общественностью в формировании внутрифирменных коммуникаций.
- Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций.

- Практическое задание: Разработка стратегии информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Результаты оформить в письменном виде и использовать для дальнейшей работы на семинарском занятии.

Тема 7. Социальная реклама в НКО (семинар, практическое занятие).

- Вопросы:

- Общая характеристика социальной рекламы
- Цель, миссия, задачи социальной рекламы
- Социальная реклама и социальный PR: сравнительный анализ.
- Эмоция радости, эмоция страха в социальной рекламе
- Особенности аргументации социальной рекламы.

- Практическое задание: Студентам предлагаются разнообразные образцы социальной рекламы. Проанализировать предложенные варианты, обратив внимание на визуальную и текстовую информацию. Проанализировать предложенные варианты, обратив внимание на то, какие средства композиции были использованы. Оценить их коммуникативную эффективность

Вопросы для самостоятельного изучения

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

- Общая характеристика социальной рекламы
- Цель, миссия, задачи социальной рекламы
- Стилиевые принципы социальной рекламы.
- Эмоция радости, эмоция страха в социальной рекламе
- Особенности аргументации социальной рекламы.

- Практическое задание: Подготовка проекта социальной рекламы НКО. Защита проекта на последнем семинарском занятии.

Раздел 3. PR-технологии в привлечении ресурсов некоммерческих организаций

Тема 8. Технологии спонсоринга и фандрайзинга (семинар, практическое занятие).

- Вопросы:

- Каковы внутренние и внешние источники финансирования НКО?
- Понятия: благотворительность, спонсорство, патронаж, меценатство,
- Каковы основные виды фандрайзинга, применяемые в некоммерческой сфере?
- Перечислите основные этапы организации фандрайзинговой кампании.
- Какие методы фандрайзинга могут быть использованы в работе НКО?
- С помощью каких показателей оценивается эффективность фандрайзинга?

- Практическая работа: Разработка спонсорского пакета для благотворительного фонда.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Каковы внутренние и внешние источники финансирования НКО?
- Понятия: благотворительность, спонсорство, патронаж, меценатство,
- Каковы основные виды фандрайзинга, применяемые в некоммерческой сфере?
- Перечислите основные этапы организации фандрайзинговой кампании.
- Какие методы фандрайзинга могут быть использованы в работе НКО?
- С помощью каких показателей оценивается эффективность фандрайзинга?

- Практическое задание. Разработка этапов фандрайзинга по поддержке мероприятия некоммерческой организации. Подготовка письма с просьбой о благотворительной поддержке мероприятия. Работа оформляется в письменном виде.

Тема 9. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации (семинар, семинар-конференция)

- Вопросы:

- Каковы критерии оценки эффективности рекламы и PR некоммерческой организации
- 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 региональной социально-ориентированной некоммерческой организации (по выбору) за 3 месяца.

Вопросы для самостоятельного изучения

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

- Каковы критерии оценки эффективности рекламы и PR некоммерческой организации
- 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 региональной социально-ориентированной некоммерческой организации (по выбору) за 3 месяца (каналы распределяются между всеми студентами группы). Подготовить аналитическую записку, выступление\презентацию.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Понятие некоммерческого сектора. Специфика подходов к определению некоммерческого сектора (экономический, социологический, правовой подходы).
1.	Соотношений понятий «третий сектор» и «некоммерческий сектор». Основные тенденции развития некоммерческого сектора в России и за рубежом
2.	Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций (общественные организации, общественные движения, учреждения, фонды, органы общественной самодеятельности, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, объединения юридических лиц и т. д.).
3.	Особенности управленческой деятельности в некоммерческой организации.
4.	Теория «производства общественных благ»,
5.	Теория «невыполненного контракта»,
6.	Теория «контроля стейкхолдеров».
7.	Особенности содержания планирования в государственных и негосударственных некоммерческих организациях. Выработка стратегии некоммерческой организации.
8.	Внешняя и внутренняя среда НКО.
9.	Миссия некоммерческой организации
10.	Особенности содержания процессов целеполагания в разных типах некоммерческих организаций.
11.	Виды PR мероприятий, цели и правила их проведения
12.	Управление информацией: основные направления работы в связях с общественностью
13.	Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование

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

	новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.
14.	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
15.	Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
16.	Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
17.	Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций.
18.	Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ.
19.	Правила проведения медиа – мониторинга.
20.	Понятия имиджа, репутации, паблисити.
21.	Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.
22.	Имидж основателя и/ или основных руководителей организации.
23.	Источники формирования ресурсной базы НКО их классификация
24.	Понятия благотворительности, спонсорства, патронажа, меценатства
25.	Фандрайзинг и общая стратегия развития НКО. Основные этапы организации фандрайзинговой кампании
26.	Технологии взаимодействия с органами местного самоуправления и органами государственной власти
27.	Особенности работы с волонтерами в некоммерческой организации. Особенности и методы мотивирования и мотивационного процесса в некоммерческих организациях.
28.	Основные проблемы оценки эффективности рекламы и связей с общественностью некоммерческой организации.
29.	Основные направления оценки эффективности коммуникационной кампании некоммерческой организации

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;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.

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. Общая характеристика некоммерческой сферы. Понятие и структура	Подготовка аналитической записки	4	Проверка аналитической записки

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

некоммерческого сектора			
Тема 2. Сущность и специфика коммуникационной деятельности в некоммерческой организации	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практического задания,	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 3. Коммуникационный менеджмент некоммерческой организации	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада	4	Устный опрос, проверка доклада
Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос, проверка заданий
Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада/презентации Подготовка аналитической записки	4	Устный опрос, проверка доклада, аналитической записки
Тема 6. Работа с внутрифирменной аудиторией	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 7. Социальная реклама в НКО	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка проекта	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 8. Технологии спонсоринга и фандрайзинга	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 9. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	4	Устный опрос, проверка аналитической записки, защита проекта

Заочная 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.)
-------------------------	--	---------------	--

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

Тема 1. Общая характеристика некоммерческой сферы. Понятие и структура некоммерческого сектора. Сущность и специфика коммуникационной деятельности в некоммерческой организации	Подготовка аналитической записки Выполнение практического задания	8	Проверка аналитической записки проверка задания
Тема 2. Коммуникационный менеджмент некоммерческой организации	Подготовка письменного задания	8	Проверка задания
Тема 3. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос, проверка заданий
Тема 4. Имидж, престиж и технологии их формирования	Подготовка письменного задания Подготовка аналитической записки	6	проверка задания, аналитической записки
Тема 5. Работа с внутрифирменной аудиторией	Выполнение практических заданий	8	проверка задания
Тема 6. Социальная реклама в НКО	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка проекта	8	Устный опрос, проверка задания
Тема 7. Технологии спонсоринга и фандрайзинга	Выполнение практических заданий	8	проверка задания
Тема 8. Оценка эффективности рекламы и PR в некоммерческой организации	Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	8	проверка аналитической записки, защита проекта

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ 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. 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>
3. Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Бернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под редакцией Л. М. Дмитриевой. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>

Дополнительная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433737>
2. 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>
3. 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>

в) Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 384 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8160>

Согласовано:

Зн. Библиотечка *с.в. Чумикова* *и.и. Жуль* *д.д.д.*

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

е) Программное обеспечение:

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

г) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2020]. - URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. - 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, [2020]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. «Grebennikov» : электронная библиотека / ИД Гребенников. - Москва, [2020]. - 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, [2020]. - URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <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 Mega-PIPO / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. - URL: <http://edu.ulsu.ru>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. н.и.т. УлГУ : *Ключкова ОВ* : *Иванов*
Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО Подпись дата
2020 г.

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

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

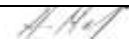


Доцент

Гончарова Н.В.

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
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		

Приложение 1

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы: учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476698>
2. 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>
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>

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. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433737>
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>

Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях: учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск: УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 384 КБ). - Текст: электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8160>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А./

Шмакова И.А.

2021 г

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

Приложение 2

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. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребеников. - 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