


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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета факультета
гуманитарных наук и социальных технологий
от «26» августа 2022 г., протокол № 6
Председатель / С.Н. Митин
«26» августа 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Связи с общественностью
Факультет	гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Кафедра педагогики и психологии
Курс	4

Направление (специальность) 39.03.01 Социология
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) – «Экономическая социология»

Форма обучения: очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» _____ 09 _____ 2022г.


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


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

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

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гунбина С.Г.	Психологии и педагогики	Доцент, к.псх.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	
Заведующий кафедрой психологии и педагогики	
	/С.Н.Митин/ Подпись
« 27 » 06 _____ 2022 г.	ФИО

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины: получение профессиональных знаний в области управления коммуникативной политики компании для налаживания позитивных, доброжелательных, взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью, формирования имиджа организации, ее товаров и услуг с использованием современных средств коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение механизма функционирования системы публичных отношений;
- овладение знаниями организации PR для предприятий на различных уровнях и в кризисных ситуациях;
- изучение методических приемов планирования деятельности PR-коммуникаций и проведения PR-кампаний;
- получение представления о содержании связей с общественностью в различных сферах коммуникативного пространства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Связи с общественностью» Б1.В.ОД.12 относится к вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана бакалавров-социологов. Изучается в 8 семестре.


Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу изучения дисциплины студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты информационно-коммуникационных процессов в обществе (предшествующие дисциплины «Социология рекламы», «Социально-политические процессы глобализации», «Социология информационного общества», «Имиджелогия», «Русский язык и культура речи», «Межкультурные коммуникации», «Современные медиакоммуникации», «Методы прикладной статистики для социолога»), а также социологические, психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины, «Социология религии», «Социология образования», «Психология и педагогика», «Социология труда», «Экономическая социология», «Политическая социология», «Социология девиантности», «Социология моды», «Социология компромисса», «Менеджмент в социальной сфере», «Социальная культурология», «Компаративная социология», «Методы математического моделирования в социологии», «Моделирование социальных процессов»,).

Параллельно изучаются курсы «Связи с общественностью», «Социология управления»

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-4 Способен осуществлять	Знать: специфику каналов выхода на различные

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


деловую коммуникацию в устной и письменной форме на государственном и иностранном(ых) языке(ах)	аудитории; приемы создания имиджа; формы и методы работы со СМИ. Уметь: разрабатывать программу PR-кампаний и отдельных PR-акций для различных видов и направлений PR; реализовывать стратегию и тактику использования СМИ в связях с общественностью; разрабатывать различные рабочие мероприятия: организация специальных мероприятий для СМИ, групп общественности; создавать PR-тексты; Владеть навыками написания пресс-релизов, публичных речей и других информационных документов
ПК-6 Анализ и оценка проведенных социологических исследований, оценка полученной информации и выявление системы взаимосвязей между различными факторами	Знать: основные технологии планирования, реализации и оценки эффективности программ связей с общественностью; основные принципы и подходы в изучении коммуникативных процессов, современные требования, предъявляемые к проведению исследований каналов коммуникации, Уметь: оценивать эффективность проведенных PR-мероприятий, применять социологические методы в оценке коммуникативных процессов в организации Владеть навыками: проведения исследования в области связей с общественностью, составления тематические и проблемные обзоры материалов СМИ; преодоления кризисных ситуаций.

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

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


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	14	14		
Аудиторные занятия:	14	14		
Лекции	14	14		
семинарские и практические занятия				
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	58	58		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	Письменная практическая работа, аналитическая записка	Письменная практическая работа, аналитическая записка		
Курсовая работа	-	-		

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

Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:
 Форма обучения ___ очная ___

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью							
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	6	2				4	Выполнение практического задания
Тема 2. Специализации сфер связей с общественностью	6					6	Выполнение практического задания
Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций							
Тема 3. Планирование и организация деятельности в сфере PR	8	2				6	Аналитическая записка Выполнение практического задания
Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	8	2				6	Выполнение практического задания
Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования	8	2				6	Выполнение практического задания
Тема 6. Организация работы в	8	2				6	Аналитическая записка

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

кризисных ситуациях							Выполнение практического задания
Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью							
Тема 7. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	8	2				6	Выполнение практического задания
Тема 8. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами	6					6	Выполнение практического задания
Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией	6					6	Выполнение практического задания
Тема 10. Эффективность связей с общественностью	8	2				6	Аналитическая записка Выполнение практического задания
Итого	72	14				58	Итого


5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью

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

Определение PR и подходы к его формированию. Сущность, роль и значение публичных релейшнз. История развития PR как социального явления. Основные функции PR. Сфера деятельности public relations. Основные принципы организации PR. Роль и место PR в системе маркетинговых коммуникаций.

Внутренний и внешний PR. PR в системе менеджмента. Реклама и публичных релейшнз. Процесс коммуникации в PR и его основные этапы. Общественность и общественное мнение как главные объекты public relations. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в PR.

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

Тема 2. Специализации сфер связей с общественностью

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

Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций

Тема 3. Планирование и организация деятельности в сфере PR

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

Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации


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

Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования

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

Тема 6. Организация работы в кризисных ситуациях

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

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

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

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

Тема 7. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями

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

Тема 8. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями

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

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

Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией

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


Тема 10. Эффективность связей с общественностью

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

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практические занятия - данный вид работы не предусмотрен по УП

Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью

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

Тема 1. Сущность "Связей с общественностью" как социального явления

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Дайте определение PR
- Каковы основные функции PR.
- История формирования PR как социального явления.
- Основные теоретические концепции PR
- Какое место занимают связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
- Дайте оценку эффективного применения PR в процессе становления рыночных отношений в России.
- Отличие PR от рекламы, пропаганды, агитации, журналистики.
- Внутренний и внешний PR.
- В чем особенность организации коммуникации в PR
- Общественность и общественное мнение в PR
- Понятия: целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.

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

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

Задание оформляется в письменном виде.

Тема 2. Специализации сфер связей с общественностью

Вопросы для самостоятельного изучения:

Расскажите специфику связей с общественностью:

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

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


Задание оформляется в письменном виде.

Раздел 2. Организация и планирование PR-коммуникаций

Тема 3. Планирование и организация деятельности в сфере PR

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Особенности принципов управления PR. Составляющие процесса управления PR.

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

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

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


Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие и задачи медиа-рилейшнз
- Краткая характеристика основных СМИ
- Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации.
- Понятие управления СМИ и информацией
- На примере фирмы покажите действия механизма связи с прессой и опишите круг информации, которую PR-служба фирмы должна «производить» для СМИ
- Ньюсмейкинг: событийное и смысловое конструирование новости
- Цели и задачи проведения специальных мероприятий для СМИ. Система оповещения и приглашения журналистов. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия
- Пресс-конференция как один из основных методов работы со СМИ. Правила проведения
- Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
- Типовая структура пресс-тура. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов.
- Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях.
- Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем
- Пресс-релиз в системе медиа-рилейшнз. Структура. Основные требования к оформлению. Виды пресс-релиза. Стилистика пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релизы и Интернет
- В чем специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит

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

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

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

Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования

Вопросы для самостоятельного изучения:

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

Практическое задание. Составление медиапортрета губернатора в региональных СМИ (за период времени).

Тема 6. Организация работы в кризисных ситуациях

Вопросы для самостоятельного изучения:

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


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

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

Тема 7. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Опишите роль и значение пресс – центров, информационных агентств при органах государственной власти в области установления тесных контактов с населением и СМИ.

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

- Проанализируйте работу пресс – секретарей по информированию различных слоев населения об основных направлениях деятельности представителей законодательной и исполнительной власти.
- Виды и формы, технологии работы с электоратом.

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

Тема 8. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, с партнерскими организациями

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Цели и задачи работы с потребителями.
- Назовите основные этапы формирования программы и принципы, которых надо придерживаться при реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций.
- Понятия инвесторов. Раскройте механизм разработки программы отношений с инвесторами.
- Опишите основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: (отчет, собрание, специализированные средства).
- Опишите направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

Практическое задание: Предложите тематику и разработайте основные положения программы «круглого стола» в рамках деятельности регионального социально-ориентированного НКО. (описание проблемы, цель, участники, ключевые обсуждаемые вопросы, формат и пр.).

Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией

Вопросы для самостоятельного изучения:


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

Практическое задание: Разработайте программу исследования каналов внутрифирменной коммуникации любого образовательного учреждения.

Тема 10. Эффективность связей с общественностью.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- В чем сложность оценки эффективности PR-кампании
- Каковы критерии оценки эффективности PR
- Оценка эффективности PR на этапе подготовки программы.
- Методика оценки промежуточных результатов.
- Как оценивать эффективность внутрикорпоративных коммуникаций. Какие методы используются.
- Анализ вторичной информации.

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

- Методы исследования: Case Studies, тестирование, контент-анализ. Опросы. Фокус-группы. Этнографические исследования.

Практическое задание: Подготовить мониторинг материалов в сети интернет об Ульяновском государственном университете за 3 месяца. Подготовить аналитическую записку

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен по УП

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен по УП

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1	Определения понятия «Паблик рилейшнс»
2	История развития PR как социального явления. Основные этапы эволюции взаимоотношений со СМИ
3	Основные функции PR
4	Роль и место ПР в системе маркетинговых коммуникаций Реклама и паблик рилейшнс: общее и особенное.
5	Процесс коммуникации в PR и его основные этапы
6	Основные теоретические концепции связей с общественностью
7	Сфера деятельности public relations. Цели и задачи PR-служб. Место PR в менеджменте компании.
8	Основные этапы PR-деятельности
9	Понятия: общественность, мнение, общественное мнение
10	Типологии групп общественности.
11	Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий.
12	Понятия: аудитория внутренняя и аудитория внешняя.
13	Определение понятий лидеры общественного мнения и группы интересов.
14	Особенности работы с органами государственной власти Лоббирование: понятия и правила ведения работы с представителями власти
15	Виды PR мероприятий, правила их проведения
16	Понятие, задачи медиа-релейшнс,
17	Управление информацией: основные направления работы в связях с общественностью
18	Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.
19	Характеристика каналов коммуникации в PR-деятельности
20	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
21	Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
22	Понятия инвесторов Основные инструменты PR, применяемые для работы с инвесторами
23	Роль PR в продвижении товаров и услуг. Коммуникации с посредниками и

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

	дилерами.
24	Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
25	Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций.
26	Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ.
27	Правила проведения медиа – мониторинга.
28	Принципы формирования баз данных СМИ. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье.
29	Понятия имиджа, репутации, паблисити.
30	Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.
31	Имидж товара (услуги).
32	Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж персонала.
33	Понятие корпоративной идентичности
34	Понятие и классификации кризиса. Стадии кризиса. Стратегии антикризисного управления. в PR
35	Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации.
36	Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса.
37	Слухи как фактор влияния на кризис.
38	Пост-кризисные PR-технологии.
39	Основные проблемы оценки эффективности связей с общественностью.
40	Методы и направления оценки эффективности PR-коммуникаций.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

10.1. Общие положения


Самостоятельная работа в рамках курса складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	Выполнение практических заданий	4	Проверка письменной работы
Тема 2. Специализации сфер связей с общественностью	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 3. Планирование и организация деятельности в сфере PR	Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	6	Аналитическая записка, Проверка письменной работы

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

Тема 4. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 5. Имидж, престиж и технологии их формирования	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 6. Организация работы в кризисных ситуациях	Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	6	Аналитическая записка Проверка письменной работы
Тема 7. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 8. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 9. Работа с внутрифирменной аудиторией	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 10. Эффективность PR	Выполнение практических заданий, Написание аналитической записки	6	Проверка письменной работы Аналитическая записка

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

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Связи с общественностью

а) Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. 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. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472133>
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468724>

Дополнительная:


1. Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология [Электронный ресурс] : науч. журнал / МГУ. - Москва, 2017, 2019-2022. — URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/9225>
2. Перминова, М. С., Социология общественных связей и отношений : практикум / М. С. Перминова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 103 с. — ISBN 978-5-7410-1286-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54158.html>
3. Кузнецов И.Н., Афоризмы политических и общественных деятелей всех времен и народов / Сост. Кузнецов И.Н. - М. : Дашков и К, 2019. - 344 с. - ISBN 978-5-394-03060-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394030604.html>
4. Связи с общественностью в социально-культурной деятельности : словарь / составитель Б. С. Сафаралиев. — Челябинск : ЧГИК, 2016. — 139 с. — ISBN 978-5-94839-562-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/177762>
5. 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:

1. Гончарова Н. В. Связи с общественностью : учебно-методические рекомендации / Н. В. Гончарова; УлГУ, ФГНиСТ, Каф. психологии и педагогики. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 415 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1854>

Согласовано:

Ведущий специалист / Ефимова М.А. /  1 22 04 2022
 Должность сотрудника научной библиотеки ФГБОУ подпись дата

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft Office 2016 или «Мой офис стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:


- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букар. – Томск, [2022]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a2e1-1191-414b-8763-e97828f97e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.9. База данных «Русский как иностранный» : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2022]. – 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, [2022].
3. Базы данных периодических изданий:
 - 3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. – Москва, [2022]. – 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, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
 - 3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.
5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=3689574>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.
6. Федеральные информационно-образовательные порталы:
 - 6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
 - 6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.
7. Образовательные ресурсы УлГУ:
 - 7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.uisu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Зам. начальника УИТТ



А.В. Ключикова

22.04.2022

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

12 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, 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.

Разработчик

доцент С.Г.Гунбина