


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 «19» июня 2023 г., протокол № 6
 Председатель _____ / С.Н. Митин
 «19» июня 2023 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 _____ 2023г.


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
« 16 » 06 2023 г.	ФИО

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

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 коммуникаций» «Социология рекламы», «Социология СМИ», «Социально-политические процессы глобализации», «Социология информационного общества», «Имиджелогия», «Русский язык и культура речи»), а также социологические, психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология личности», «Социология религии», «Демография», «Социология образования», «Философия», «Психология и педагогика», «Методология и методы социологических исследований», «Социология труда», «Экономическая социология», «Политическая социология», «Социальная стратификация и дифференциация»). Кроме того, студентам необходимо знать особенности разработки программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей (предшествующие дисциплины «Организационная культура», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве»).

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 деловую коммуникацию в устной и письменной форме на государственном и	Знать: специфику каналов выхода на различные аудитории; приемы создания имиджа; формы и методы работы со СМИ. Уметь: разрабатывать программу PR-кампаний и

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


иностранным(ых) языке(ах)	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	-	-		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

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

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 связи 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 кризисных ситуациях	8	2				6	Аналитическая записка Выполнение практического

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

							ского 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 публич рилейшнз. 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 публич рилейшнз. 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.

Тема 2. Специализации сфер связей с общественностью

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

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

Тема 6. Организация работы в кризисных ситуациях

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

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

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

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

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Дайте определение PR

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

- 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:

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

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

- 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, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
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, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514234>
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510852>

Дополнительная:


1. 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>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516258>

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:

Главный библиограф / Ефимова М.А. / Ер / 12.05.2023
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО 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 OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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


Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В.
Должность сотрудника УИИТ ФНО


подпись

19.05.2023

дата

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