


Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ИЭиБ
от « 23 » июня 2022 г., протокол № 09 / 252
Председатель _____ Е.М.Белый
« 23 » июня 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Связи с общественностью
Факультет	управления
Кафедра	управления
Курс	3

Направление (специальность) 38.03.02 Менеджмент
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) Стратегическое планирование и маркетинг
полное наименование

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 01 » _____ сентября 20__22__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 40 от 07.06 2023 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
Петрова Ольга Анатольевна	управления	Старший преподаватель

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой управления
( / Иванова Т.Ю./ Подпись _____ ФИО _____ «15» _____ июня 2022 г.	( / Иванова Т.Ю./ Подпись _____ ФИО _____ «15» _____ июня 2022 г.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины:

является получение студентами базовых представлений о видах, средствах и формах массовых коммуникаций в рыночной и социальной среде, роли связей с общественностью как функции менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и её общественностью.

Задачи освоения дисциплины:

- Передать теоретические знания о целях, формах и методах организации связей с общественностью как функции менеджмента,
- Рассмотреть **взаимоотношения** связей с общественностью, маркетинга и рекламы в информационно-коммуникационном процессе;
- Получить навыки применения PR-инструментария в целях формирования положительного имиджа организации.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО


Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Связи с общественностью» читается на 3 курсе в 5-ом семестре, входит в вариативную часть дисциплин учебного плана по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Стратегическое планирование и маркетинг». В ходе изучения данной дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-6.

Освоение курса «Организационная культура» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего по курсам: «Профессиональный электив. Стратегический маркетинг», «Менеджмент».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)	ПК-6 Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде	ИД-1пк2 - Знать современное состояние и тенденции развития организационной культур; функции и типы различных организационных культур, факторы, влияющие на формирование и изменение организационной культуры; методы изучения и формирования организационной культуры; - ИД-1.1 пк2 - Знать психологическую специфику групповых процессов, психолого-педагогические основы формирования мировоззрения и ценностей, современные технологии управления персоналом, в том числе в межкультурной среде, методы и технологии, применяемые в связях с общественностью;

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
		<p>- Знать способы обеспечения участия работников структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов <i>ИД-2нк2</i></p> <p>- Уметь проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации; = Уметь осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания; <i>ИД-2.1 нк2</i></p> <p>Уметь работать в коллективе, выстраивать эффективные коммуникации с коллегами и руководством <i>ИД-2.2 нк2</i></p> <p>- Уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, диагностировать тип организационной культуры; диагностировать проблемы психологического климата в организации; применять различные методы изучения организационной культуры; <i>ИД-3нк2</i></p> <p>- Владеть навыками осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций <i>ИД-3.1 нк2</i></p> <p>- Владеть полученными теоретическими знаниями для проведения диагностики и анализа типа организационной культуры; навыками использования различных методов изучения организационной культуры; различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p>-</p>

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 4 ЗЕТ.


4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):144

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	3
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54		
Аудиторные занятия:	54	54		
лекции	18	18		
Семинары и практические занятия	36	36		
лабораторные работы, практикумы	-	-		
Самостоятельная работа	54	54		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	Опрос, ситуационные задачи	Опрос, ситуационные задачи		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен (36)	Экзамен (36)		
Всего часов по дисциплине	144	144		


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 интерактив	Самостоятельная	
		Лекции и	Практические занятия,	Лабораторные работы,			

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

			семинары	практикумы	ной форме	работа	
1	2	3	4	5	6	7	
1.Понятие и история возникновения PR	6	1	2	-	-	3	Опрос, ситуационные задачи
2.Модель организации PR	9	2	4	-	-	3	Опрос, ситуационные задачи
3.Подготовка программ по связям с общественностью	12	2	4	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи
4. PR подразделение (департамент) в структуре управления предприятием	12	2	4	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи
5. PR-консультирование.	12	2	4	-	2	6	Опрос, ситуационные задачи
6.Сотрудники в сфере PR.	12	2	4	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи
7.PR–Инструментарий	12	2	4	-	2	6	Опрос, ситуационные задачи
8.Оценка результатов PR-деятельности на предприятии.	12	2	2	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи
9. Имидж фирмы.	12	2	4	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи
10. Этика в PR.	11	1	4	-	-	6	Опрос, ситуационные задачи

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

							задачи
Итого	144	18	36	-	4	54	Экзамен (36)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Понятие и история возникновения PR

Определения PR и их сравнительный анализ.

История возникновения и развития связей с общественностью. Эра манипулирования. Эра информирования. Эра убеждения. Эра сотрудничества. Основные направления деятельности PR.

PR в России: становление и современное состояние.

Принципы и функции связей с общественностью.

Тема 2. Модель организации PR

Механизм построения PR - деятельности.

Целевые аудитории в связях с общественностью. Понятие общественности. Внутренняя и внешняя общественность.

Понятие общественного мнения. Факторы общественного мнения. Функции общественного мнения.

Основные этапы PR – деятельности.

Тема 3. Подготовка программ по связям с общественностью

Понятие программы. Типология программ по PR.

Этапы разработки программ по PR. Анализ ситуации. Внутренние и внешние факторы.

Реализация программ по связям с общественностью.

Разработка стратегии и тактики. Выбор методов исследования.

Тема 4. PR подразделение (департамент) в структуре управления предприятием.

Преимущества и функции современных PR – департаментов.

Структура корпоративных PR – департаментов.

Недостатки корпоративных PR – департаментов.

Основные службы в составе PR подразделения на предприятии. Функциональные обязанности PR подразделения.

Тема 5. PR - консультирование.


Преимущества работы PR – агентств. Структура PR – агентств.

Виды агентств по связям с общественностью. Классическое агентство. Агентство полного цикла. Агентство широкого профиля. Специализированное агентство. Агентство политконсалтинга. Агентство одного клиента. Сетевое агентство. Независимое международное агентство. Аффинированное агентство. Агентство полного цикла. Малые, средние и крупные PR-компании.

Международные профессиональные объединения и международные сети PR.

Тема 6. Сотрудники в сфере PR.

Названия и виды должностей в сфере PR.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Функции различных категорий сотрудников в сфере PR.

Основные задачи PR-менеджера. Функции PR-менеджера. Квалификационные требования к специалистам по PR.

Требования к личным качествам специалистов по PR.

Преимущества и слабости создания собственной PR - службы в организации.

Тема 7. PR - Инструментарий.

Формирование текстовых материалов по связям с общественностью.

Методика оценки текстовых сообщений.

Критерии составления текстов для СМИ. Виды текстовых сообщений: пресс – релиз, бэкграунд, авторская статья, обзорная статья. Пресс –конференция и Брифинг.

Фото – и видео –материалы как инструмент PR – деятельности.

Публичные выступления.

Специальные события и PR – акции.

Тема 8. Оценка результатов PR-деятельности на предприятии.

Проблема эффективности PR. Оценка эффективности PR – компаний с помощью EAV. Критерии эффективности. Экономичность. Результативность. Целесообразность. Уровни анализа эффективности. Основные параметры, которые необходимо учитывать при анализе эффективности. Измерение эффективности PR: методика Г. Тульчинского. Оценка эффективности PR и внутрикорпоративных коммуникаций: подход компании Sinicas Communications Inc. Проблемные точки оценки эффективности PR.

Тема 9. Имидж фирмы.

Понятие имиджа. Корпоративный имидж. Структура имиджа организации. Модель корпоративного имиджа А.Н. Чумикова. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Инструменты управления имиджем (инструментарий имиджмейкера). Основы GR-деятельности компаний. Особенности GR-деятельности в России.

Тема 10. Этика в PR.

Понятие этики PR. Этические кодексы PR-специалиста.


Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Корпоративная социальная ответственность – элемент корпоративных коммуникаций. Стандарты социальной отчетности. Технология составления корпоративного социального отчета.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Понятие и история возникновения PR

Содержание темы: Определения PR и их сравнительный анализ.

История возникновения и развития связей с общественностью. Эра манипулирования. Эра информирования. Эра убеждения. Эра сотрудничества. Основные

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

направления деятельности PR. PR в России: становление и современное состояние. Принципы и функции связей с общественностью.

Цели и задачи изучения темы: получить представление об истории возникновения связей с общественностью, выделить основные направления деятельности в области PR, определить принципы и функции связей с общественностью.

Изучив тему, студент должен:

- **знать** основные этапы развития связей с общественностью в мировом масштабе и конкретно в России, принципы и функции связей с общественностью
- **уметь** выявлять основные направления деятельности в области PR,
- **приобрести навыки** анализа современного состояния политики по связям с общественностью на макро-уровне.

Контрольные вопросы по теме

1. Дайте определение связей с общественностью.
2. Произведите анализ существующих определений связей с общественностью.
3. Какие основные этапы в развитии СО можно выделить?
4. Каковы основные функции PR?
5. Каковы основные принципы PR?
6. Дайте характеристику особенностям современной PR –деятельности в России.
7. Проведите критический анализ современной практики PR –деятельности организаций в России.

Задания по теме

1. Изучить самостоятельно вопрос «Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
2. **Ролевая игра «Суд над PR»**

Цель игры: сформировать отношение слушателей к современным PR.

Группа делится на 3 подгруппы: обвинители, адвокаты и судьи. О

Одна из групп становится «обвинителями», их задача – набрать как можно больше фактов, что PR, приносит гораздо чаще больше вреда, чем пользы.


Задача второй группы - «защиты» - предоставить суду как можно больше фактов и аргументов в пользу PR, в подтверждение ее полезности, эффективности и необходимости в современном обществе.

Третья группа – «присяжные заседатели» призвана сделать мотивированное заключение по результатам слушаний. Ее задача на этапе внутригрупповых обсуждений – попытаться самим взвесить все «за» и «против», в процессе выступлений – внимательно слушать и замечать сильные и слабые стороны в выступлениях команд, а после публичных выступлений вынести вердикт: «Имеет ли PR право на существование» и проанализировать, какая команда выступала лучше, как были построены выступления команд, что понравилось / не понравилось присяжным.

Преподаватель выступает в роли судьи. Его задача объявлять порядок выступлений, заострять внимание на более важных и дискуссионных моментах, и подводить окончательные итоги.

Тема 2. Модель организации PR

Содержание темы: Механизм построения PR - деятельности. Целевые аудитории в

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

связях с общественностью. Понятие общественности. Внутренняя и внешняя общественность. Понятие общественного мнения. Факторы общественного мнения. Функции общественного мнения. Основные этапы PR – деятельности.

Цели и задачи изучения темы: получить представление о механизме построения PR- деятельности, о видах общественности, выявить особенности внутренней и внешней общественности труда, определить основные факторы общественного мнения, выявить функции общественного мнения, изучить основные этапы PR – деятельности.

Изучив тему, студент должен:

- **знать** содержание механизма построения PR - деятельности, основные факторы общественного мнения, основные этапы PR – деятельности,
- **уметь** выделить внешнюю и внутреннюю общественность организации,
- **приобрести навыки** использования управленческого воздействия на факторы общественного мнения.

Контрольные вопросы по теме

1. Опишите механизм построения PR - деятельности?
2. Что такое общественность?
3. Какие виды общественности вы знаете?
4. Что такое внутренняя и внешняя общественность?
5. Что такое общественное мнение?
6. Каковы функции общественного мнения?
7. Проанализируйте предназначение всех функций общественного мнения, приведите примеры из современной российской действительности.
8. Охарактеризуйте основные этапы PR – деятельности (Система RACE).

Задания по теме

1. Коммуникационные потоки организации

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.) Определите, можно ли их признать удовлетворительными. Разработайте комплекс средств коммуникации для вашей организации, необходимых для эффективного осуществления связей с общественностью. Предложите необходимые, на ваш взгляд, изменения в области комплекса коммуникаций изучаемой организации.


2. Создание сообщения

Сообщение можно сделать с помощью различных средств коммуникации: выступления, газеты, пресс-релизы, радиорепортажи, телевыступления, обращение с глазу на глаз.

При формировании сообщения в каждом из случаев играют роль следующие факторы (укажите в каком случае какие именно):

- слова,
- выражение лица,
- глаза,
- манера поведения,
- находчивость,
- само присутствие любимого лидера.

Согласны ли вы с мыслью, что все перечисленные факторы и есть сообщение,

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

влияющее на аудиторию? Аргументируйте свой ответ.

Тема 3. Подготовка программ по связям с общественностью

Содержание темы: Понятие программы. Типология программ по PR. Этапы разработки программ по PR. Анализ ситуации. Внутренние и внешние факторы. Реализация программ по связям с общественностью. Разработка стратегии и тактики. Выбор методов исследования.

Цели и задачи изучения темы: получить представление о программе по связям с общественностью, определить этапы разработки программ по связям с общественностью, выявить внешние и внутренние факторы, влияющие на содержание разрабатываемой программы по связям с общественностью.

Изучив тему студент должен:

- знать** типологию программ по связям с общественностью, этапы разработки программы по связям с общественностью,
- уметь** проводить анализ внутренних и внешних факторов при разработке программ по связям с общественностью,
- приобрести навыки** разработки стратегии и тактики в связях с общественностью, проведения маркетинговых исследований внутренней и внешней среды организации в целях составления программы по связям с общественностью.

Контрольные вопросы по теме


1. Что такое PR – программа?
2. Как осуществляется планирование программ в связях с общественностью?
3. Каковы этапы разработки программ по PR?
4. Назовите основные виды исследований при планировании программ по связям с общественностью.
5. Кратко охарактеризуйте основные типы программ в связях с общественностью.
6. Как осуществляется разработка стратегии и тактики в программах по связям с общественностью?
7. Кратко охарактеризуйте особенности реализации программ в связях с общественностью.
8. Перечислите основные методы оценки эффективности реализации PR – программы. Укажите их недостатки.

Задания по теме

1. Разработка программы по связям с общественностью для данной организации

Студентам предлагается разработать программы по связям с общественностью для следующего рода компаний:

1. крупное промышленное предприятие (например, мебельная фабрика),
2. крупный спортивный клуб,
3. салон красоты,
4. центр медицинских услуг,
5. университет,

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

6. частное охранное агентство.

2. Разработка программы связей с общественностью сроком на 1 год для УлГУ

Студентам предлагается индивидуально разработать краткосрочную программу по связям с общественностью сроком на 1 год. Также следует спрогнозировать бюджет деятельности университета по данной расходной статье.

Тема4. PR-подразделение (департамент) в структуре управления предприятием.

Содержание темы: Преимущества и функции современных PR – департаментов. Структура корпоративных PR – департаментов. Недостатки корпоративных PR – департаментов. Основные службы в составе PR-подразделения на предприятии. Функциональные обязанности PR - подразделения.

Цели и задачи изучения темы: изучить преимущества и функции современных PR – департаментов, изучить структуру корпоративных PR – департаментов, определить основные службы в составе PR-подразделения на предприятии, определить функциональные обязанности PR – подразделения.

Изучив тему студент должен:

- **знать** структуру корпоративных PR - подразделений, функциональные обязанности PR – подразделения в организации,
- уметь** выявлять преимущества и недостатки современных PR - подразделений,
- **приобрести навыки** разработки структуры PR – подразделения в организации.

Контрольные вопросы по теме

1. Каковы основные преимущества корпоративных PR-департаментов?
2. Каковы функциональные обязанности PR-подразделения и его сотрудников?
3. Какова структура корпоративных PR–департаментов (какие отделы являются составляющими)?
4. Раскройте сущность работы каждого отдела корпоративного PR–департамента.
5. Каковы недостатки корпоративных PR –департаментов?
6. Предложите способы (методы) совершенствования функционирования современных корпоративных PR –департаментов. Аргументируйте Ваш ответ.


Задания по теме

1. Деловая игра «Создание PR – службы»

1. Студенты распределяются в три группы. Группа выбирает вариант PR-структуры: отдел в фирме или корпорации, небольшое частное PR –агентство, крупная PR –компания.
2. Студенты производят описание функций и разрабатывают организационную структуру.
3. Происходит выступление лидеров групп, дискуссия, рекомендации, пожелания.
4. Подведение итогов. Оценка каждого выступления. Выбор лучшей презентации.

Тема 5. PR - консультирование.

Содержание темы: Преимущества работы PR – агентств. Структура PR – агентств.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Виды агентств по связям с общественностью. Классическое агентство. Агентство полного цикла. Агентство широкого профиля. Специализированное агентство. Агентство политконсалтинга. Агентство одного клиента. Сетевое агентство. Независимое международное агентство. Аффинированное агентство. Агентство полного цикла. Малые, средние и крупные PR-компании. Международные профессиональные объединения и международные сети PR.

Цели и задачи изучения темы: выделить преимущества работы PR – агентств, определить структуру PR – агентств, изучить виды агентств по связям с общественностью.

Изучив тему студент должен:

- **знать** структуру PR – агентств, их классификацию,
- уметь** оценивать преимущества работы PR – агентств, анализировать расходы на услуги PR – агентств,
- **приобрести навыки** расставления приоритетных задач организации в рамках ее маркетинговой стратегии при выборе типа PR – агентства.

Контрольные вопросы по теме

1. Какова структура PR-агентств?
2. Каковы преимущества PR-агентств?
3. Проанализируйте, существуют ли в городе, в котором Вы проживаете, различного вида PR-агентств? Назовите их. Соберите по ним всю возможную открытую информацию. Обсудите данную проблему.
4. Охарактеризуйте кратко виды агентств по связям с общественностью.
5. Назовите основные противоречия между PR- агентствами и PR – департаментами.
6. Что понимается под рейтингом PR - агентства?

Задания по теме

1.Разработка структуры PR – агентства

Студентам предлагается разработать структуру собственного PR – агентства.

Определите, какие отделы в него войдут, их функции, количество специалистов.

Аргументируйте Ваш ответ.

2. Подготовка выступления


Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудитории с кратким выступлением. Подготовьте подобное выступление по указанным поводам:

- церемония открытия автозаправочной станции нового типа,
- представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства,
- открытие выставки достижений фирмы в строительной отрасли.

3. Составление пресс-релиза

Составьте пресс-релиз для следующих новостей:

- фирма выпустила новый продукт на рынок,
- день рождения коммерческого банка,
- открылся новый магазин в сети,
- началось строительство новой ультрасовременной гостиницы,
- было проведено крупное спортивное мероприятие (например, Олимпиада в Сочи).

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 6. Сотрудники в сфере PR.

Содержание темы: Названия и виды должностей в сфере PR. Функции различных категорий сотрудников в сфере PR. Основные задачи PR-менеджера. Функции PR-менеджера. Квалификационные требования к специалистам по PR. Требования к личным качествам специалистов по PR. Преимущества и слабости создания собственной PR - службы в организации.

Цели и задачи изучения темы: изучить названия и виды должностей в сфере PR, определить функции различных категорий сотрудников в сфере PR, выделить основные задачи PR-менеджера в организации.

Изучив тему студент должен:

- **знать** названия и виды должностей в сфере PR, функции различных категорий сотрудников в сфере PR, основные задачи PR-менеджера в организации,
- **уметь** выделять на практике основные требования к специалистам по PR (как квалификационные характеристики, так и личностные качества),
- **приобрести навыки** определения, использования или нивелирования преимуществ и недостатков собственной службы по связям с общественностью в организации.

Контрольные вопросы по теме

1. Какие основные группы должностей в сфере PR?
2. Каковы основные квалификационные требования к специалистам по PR?
3. Каковы требования к личным качествам к специалисту по PR по С. Блэку ?
4. Каковы основные функции профессионала PR?
5. Каковы основные функции руководителя PR-службы?

Задания по теме

1. Разработка должностных инструкций маркетолога и PR – менеджера


1. Студентам требуется разработать должностные инструкции для двух специалистов промышленного предприятия (крупная мебельная фабрика, например): маркетолога и PR – менеджера.

2. Четко обозначить различия по данным направлениям деятельности (обсуждение «спорности» данного разграничения).

Тема 7. PR - Инструментарий.

Содержание темы: Формирование текстовых материалов по связям с общественностью. Методика оценки текстовых сообщений. Критерии составления текстов для СМИ. Виды текстовых сообщений: пресс – релиз, бэкграунд, авторская статья, обзорная статья. Пресс – конференция и Брифинг. Фото – и видео – материалы как инструмент PR – деятельности. Публичные выступления. Специальные события и PR – акции. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства. Кризисные PR, политические PR, финансовые PR, лоббирование.

Цели и задачи изучения темы: изучить методики формирования специальных текстовых сообщений в связях с общественностью, основные специальные события и PR – акции, изучить комплекс PR-технологий.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Изучив тему, студент должен: знать методики формирования специальных текстовых сообщений в связях с общественностью, содержание и методику организации основных специальных события и PR – акции, комплекс PR-технологий, уметь организовывать специальные события и PR – акции, приобрести навыки составления всех видов текстовых сообщений в области связей с общественностью - пресс – релиз, авторская статья, обзорная статья.

Контрольные вопросы по теме

1. Назовите условия, определяющие действенность PR-сообщений.
2. Перечислите основные виды сообщений, используемых в связях с общественностью. Перечислите варианты использования фотографий для PR-целей. Что подразумевается под «деловой» фотографией?
3. Каковы преимущества подачи материала через публичные выступления? Дайте практические рекомендации, позволяющие сделать публичное выступление максимально эффективным.
4. Назовите основные виды специальных событий, применяемых в практике PR. Каким может быть план подготовки презентации?
5. Как подготовиться к участию в выставке?

Задания по теме

1. «План специальных событий»

Ситуация: на рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. **Предложение студентам:** «Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию».

2. Лозунги и девизы предвыборной кампании


Предложите лозунги будущей (прошедшей) предвыборной кампании, используя следующие жанры:

- декларация ценностей,
- апеллирование к общегрупповым ценностям,
- декларация ценностей (символических и реальных) и призывы к определенному действию,
- противопоставление групп и их интересов,
- демонстрация уверенности в себе, в правоте своего дела,
- призыв, убеждение, внушение.

Тема 8. Оценка результатов PR-деятельности на предприятии.

Содержание темы: Проблема эффективности PR. Критерии эффективности. Экономичность. Результативность. Целесообразность. Уровни анализа эффективности. Основные параметры, которые необходимо учитывать при анализе эффективности. Проблемные точки оценки эффективности PR.

Цели и задачи изучения темы: изучить содержание проблемы оценки

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

эффективности деятельности по связям с общественностью, выявить уровни анализа, определить критерии эффективности PR.

Изучив тему, студент должен:

знать уровни и критерии оценки эффективности PR- деятельности,

уметь оценить эффективность PR- деятельность организации

приобрести навыки анализа имеющихся проблем в оценке PR- деятельности компании.

Контрольные вопросы по теме

1. В чем заключается смысл оценки эффективности PR - деятельности?
2. Какие результаты PR поддаются исчислению?
3. Что представляет собой оценка эффективности PR – деятельности с помощью коэффициента эквивалентных рекламных затрат?
4. В чем заключается проблема эффективности PR?
5. Каковы проблемные точки оценки эффективности PR?
6. Назовите критерии успешно проведенной PR- кампании?

Задание по теме

1. Дискуссия по показателям оценки качества эффективности PR – деятельности на примере следующих брендов: «Сладко» и «Savage».

1. Студенты делятся на две группы, выбираются лидеры групп, производится анализ успешности (оценка эффективности) PR-действий. Выявляются «пробелы» в деятельности.

2. Студенты (каждый по своему бренду) дают предложения по совершенствованию PR – деятельности.

Тема 9. Имидж фирмы.

Содержание темы: Понятие имиджа. Корпоративный имидж. Структура имиджа организации. Модель корпоративного имиджа А.Н. Чумикова. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Инструменты управления имиджем (инструментарий имиджмейкера). Основы GR-деятельности компаний. Особенности GR-деятельности в России.

Цели и задачи изучения темы: изучить содержание понятий «имидж», «корпоративный имидж», определить структуру имиджа организации, изучить стратегии конструирования имиджа организации, выявить инструменты управления имиджем, выявить основы эффективной GR-деятельности организации.

Изучив тему, студент должен:


знать содержание понятий «имидж» « корпоративный имидж», структуру имиджа организации, стратегии конструирования имиджа, основы GR-деятельности компании,

уметь оценить имидж организации, анализировать элементы имиджа организации, оценить имидж организации в ракурсе GR-деятельности.

приобрести навыки использования инструментов управления имиджем как личности, так и организации.

Контрольные вопросы по теме

1. Что такое имидж фирмы? Какова роль и значение имиджа фирмы?
2. Каковы функции имиджа фирмы?
3. Какова структура имиджа организации?

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

4. Что понимают под фирменным стилем организации?
5. Охарактеризуйте содержание политики информационной открытости предприятия.
6. Раскройте сущность стратегии конструирования имиджа. Кратко охарактеризуйте основные инструменты управления имиджем.
7. Дайте определение GR-деятельности. Укажите ее основные задачи. Какую роль играет лоббизм в GR?

Задание по теме

1. Разработка имиджа компании

Учитывая приведенные характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа для:

- 1) собственной организации (УлГУ),
- 2) завода по производству минеральной воды,
- 3) магазина, продающего компьютеры,
- 4) рекламного агентства,
- 5) банка,
- 6) салона красоты

Вопросы и требования к студентам по практическому заданию

1. Проанализируйте факторы эффективного корпоративного имиджа.
2. Что формирует образ компании в глазах клиентов и партнеров помимо указанных выше пунктов?
3. Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения следующих подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Определите, какой суммарный имидж сложился бы при реализации предложенных вами вариантов.

Тема 10. Этика в PR.

Содержание темы: Понятие этики PR. Этические кодексы PR-специалиста. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Корпоративная социальная ответственность – элемент корпоративных коммуникаций. Стандарты социальной отчетности. Технология составления корпоративного социального отчета.


Цели и задачи изучения темы: изучить этические нормы поведения PR-специалистов, изучить существующие этические кодексы PR-специалиста, изучить феномен корпоративной социальной ответственности как элемента корпоративных коммуникаций.

Изучив тему, студент должен:

знать понятие «этики в PR», основные положения этических кодексов PR-специалиста, особенности реализации на практике феномена корпоративной социальной ответственности фирмы, стандарты социальной отчетности,

уметь оценить поведение специалистов в области связей с общественностью как соответствующее этическим кодексам или же как не соответствующее данным регламентируемым нормам деятельности,

приобрести навыки составления корпоративного социального отчета.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Контрольные вопросы по теме

1. Дайте понятие этики PR.
2. Проведите сравнительный анализ этических кодексов PR-специалистов методом дискуссии.
3. Проанализируйте положения Римской хартии.
4. Проанализируйте основные положения Афинского кодекса.
5. Изучите Кодекс профессиональных стандартов Американского общества по связям с общественностью (PRSA).
6. Изучите самостоятельно основные положения Декларации принципов профессиональной деятельности американского общества по связям с общественностью.
7. Проанализируйте Декларацию профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, принятую Российской ассоциацией по связям с общественностью в ноябре 1994 г.
8. Проанализируйте ключевые положения Кодекса профессионального поведения Британского института PR (IPR).

Задание по теме

1. Анализ положений Римской хартии в сопоставлении с Российским кодексом профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью

Студентам предлагается сопоставить ключевые положения данных этических кодексов и выявить общие элементы, объяснить их общность, а также выявить отличительные черты, особое внимание обратить на положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

2. Разработка оригинального этического кодекса специалиста по связям с общественностью

Студентам предлагается (каждому в отдельности) разработать собственный вариант этический кодекс специалиста по связям с общественностью. Необходимо четко выделить ключевые положения данного кодекса. Важно также учесть особые условия функционирования современной информационной экономики.

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


Данный вид работы не предусмотрен УП, однако возможен как форма текущего контроля.

Темы рефератов:

1. Основные подходы к определению PR в зарубежной литературе.
2. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной литературе.
3. Макрейкерство как феномен PR.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


4. АКООС – первая в России ассоциация компаний – консультантов в области PR.
5. Модель «Лидеры мнений» - модель распространения информации в обществе (коммуникационная модель).
6. Диффузная теория и теория «изменения мнений» - коммуникационные модели.
7. Ключевые составляющие внешней общественности организаций.
8. Анализ общего и различного в сущности внешней и внутренней типов общественности.
9. Роль связей с общественностью в условиях глобализации мирового сообщества.
10. Средства массовой информации как инструмент формирования общественного мнения.
11. Международные организации - проводники общественного мнения.
12. Разработка Бизнес – PR как задача PR- специалистов.
13. Благотворительность и технология social branding как задача PR- специалистов. Фандрайзинг.
14. Спортивный PR - работа PR- специалистов.
15. Избирательные (политические) PR – задача PR- специалистов.
16. Лоббизм и маркетинг.
17. Взаимоотношения организации со СМИ. Выбор СМИ.
18. «Черный» PR и его методы. Технологии «Черного» PR в политике и бизнесе. Общее и особенное.
19. Манипуляции в PR (методы манипулятивного воздействия).
20. Фасилитация больших собраний. Фасилитация с экспертными группами.
21. Антикризисный PR.
22. Благотворительность в Связях с общественностью.
23. GR-деятельность в России и зарубежом.
24. Пресс–релиз. Структура пресс–релиза, требования предъявляемые к пресс – релизу.
25. Подготовка выступления на телевидении. Профессиональные компетенции и практические функции труда спичрайтера.
26. Понятие Брифинга, подготовка к Брифингу.
27. Пресс-конференция. Подготовка к Пресс- конференции.
28. Менеджмент новостей.
29. Конструирование событийного ряда.
30. Приемы конструирования новостной информации. Профессия «спин – доктор».
31. Механизм управления новостной информацией.
32. Методы воздействия на потребителя информации.
33. Корпоративный праздник как бизнес-ритуал.
34. КСО (корпоративная социальная ответственность) бизнеса - проблема соответствия положениям существующих в мире этическим кодексам специалистов по связям с общественностью
35. GR–деятельность организаций в РФ – проблема соответствия положениям

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

существующих в мире этическим кодексам специалистов по связям с общественностью.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Цели и задачи ПР.
2. История становления ПР.
3. Место и роль ПР в структуре и деятельности современной организации.
4. Основные функции сотрудников ПР служб.
5. Целевые группы общественности ПР.
6. Общественное мнение: понятие, особенности и способы функционирования.
7. Коммуникация и ее разновидности. Модель коммуникации.
8. Вербальные коммуникации.
9. Невербальные коммуникации: природа, место и роль в общении и связях с общественностью.
10. Основные этапы ПР деятельности.
11. Массовая коммуникация: сущность и функции.
12. Разновидности современных СМИ и их особенности.
13. ПР и СМИ: правила взаимоотношений.
14. Корпоративные коммуникации.
15. Жанры журналистики.
16. ПР-документы.
17. Публичные выступления как инструмент ПР деятельности.
18. Процедурные технологии: фасилитация.
19. Процедурные технологии: медиация как способ разрешения конфликта.
20. Организация специальных событий (немедийные коммуникации).
21. Особенности Интернета как канала коммуникации.
22. Интернет как средство корпоративных коммуникаций.
23. Паблицити и имидж.
24. Конструирование имиджа организации.
25. Цикл решения ПР-проблем.
26. Признаки ПР как обособленной функции управления.
27. Организационная структура ПР службы.
28. ПР агентства, функции и структура.
29. Планирование ПР программ.
30. Реализация ПР программ.
31. Отличие ПР как функции от рекламы.
32. Место ПР в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
33. Планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций.
34. Брендинг и ПР.
35. Фандрайзинг.
36. Оценка результатов ПР деятельности.
37. Социологические исследования в ПР.

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

38. Управление PR деятельностью в условиях кризиса.


39. Этика в связях с общественностью.

40. PR коммуникации и процесс формирования корпоративной культуры.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Понятие и история возникновения PR	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающихся и аттестующих тестов 	3	Опрос, проверка решения задач
2. Модель организации PR	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающихся и аттестующих тестов 	3	Опрос, проверка решения задач
3. Подготовка программ по связям с общественностью	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающихся и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
4. PR подразделение	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; 	6	Опрос,

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

(департамент) в структуре управления предприятием	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 		проверка решения задач
5. PR-консультирование.	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
6.Сотрудники в сфере PR.	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
7.PR–Инструментарий	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

	обучающих и аттестующих тестов		
8. Оценка результатов PR-деятельности на предприятии.	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
9. Имидж фирмы.	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
10. Этика в PR.	<ul style="list-style-type: none"> • проработка учебного материала; • подготовка реферата; • формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; • подготовка к семинарам; • решение задач • текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе обучающих и аттестующих тестов 	6	Опрос, проверка решения задач
Итого		54	

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489962>
2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488953>


б) 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, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492279>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493974>

в) учебно-методическая литература:

1. Иванова Т. Ю. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (бакалавриат) / Т. Ю. Иванова, О. В. Качагина; УлГУ, ИЭИБ, Каф. управления. - Ульяновск: УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1,18 Мб). - Текст: электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1343>
2. Петрова О. А. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по дисциплине «Связи с общественностью»: учебно-методическое пособие по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат) / О. А. Петрова; УлГУ, ИЭИБ, Каф. управления. - Ульяновск: УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 768 КБ). - Текст: электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2674>

Согласовано:

Главный библиотекарь /
 Голосова М.Н. /
  /
 2022
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение:

- «1С: Предприятие 8». Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях;
- Statistica Academic for Windows;
- Комплект ПО "Универсал" ("Финансовый анализ + Оценка бизнеса", "Инвестиционный анализ", "Бюджет" и "Оценка недвижимости");
- Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4»;
- Windows;
- Office;
- МойОфис Стандартный;
- Антиплагиат.ВУЗ.

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. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - 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, [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

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

: [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](http://window.edu.ru/) : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: [http://www.edu.ru.](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.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:


Должность


ФИО


подпись


дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для 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

Федеральное агентство по образованию Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик


подпись



ст.преподаватель

должность

Петрова О.А.

ФИО

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		07.06. 2023
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		07.06. 2023

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Жильцова О.Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 337 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
2. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2023. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510852>


б) дополнительная литература:

1. Емельянов С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие / С. М. Емельянов. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 218 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531709>
2. Чумиков А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/520599>
3. 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 : Юрайт, 2023. - 351 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/514234>

в) учебно-методическая литература:

1. Петрова О. А. **Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по дисциплине «Связи с общественностью»** : учебно-методическое пособие по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат) / УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 768 КБ). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2674>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 10.06 2023г
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

