

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

42.03.05. Медиакоммуникации

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *Очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

*Теория и практика связей с общественностью*  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*Кандидат педагогических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций Лавеч Е.В.*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
медиакоммуникации  
№ 5 от 02.02.2024 г.

## Оглавление

|      |  |  |
|------|--|--|
| 1.   | Пояснительная записка.....   |  |
| 1.1. | Цель и задачи дисциплины.....  |  |
| 1.2. | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....           |  |
| 1.3. | Место дисциплины в структуре образовательной программы.....  |  |
| 2.   | Структура дисциплины.....  |  |
| 3.   | Содержание дисциплины.....   |  |
| 4.   | Образовательные технологии.....  |  |
| 5.   | Оценка планируемых результатов обучения.....   |  |
| 5.1  | Система оценивания.....  |  |
| 5.2  | Критерии выставления оценки по дисциплине.....   |  |
| 5.3  | Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... |  |
| 6.   | Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....   |  |
| 6.1  | Список источников и литературы.....  |  |
| 6.2  | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....  |  |
| 7.   | Материально-техническое обеспечение дисциплины.....  |  |
| 8.   | Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....                      |  |
| 9.   | Методические материалы.....  |  |
| 9.1  | Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....   |  |
|      | Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....  |  |

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представление о связях с общественностью как основном инструменте маркетинговых коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы связей с общественностью;
- раскрыть сущность и особенности связей с общественностью в системе управления;
- представить описание деятельности служб связей с общественностью;
- дать представление о сетевых ресурсах PR-коммуникаций;
- рассмотреть технологии связей с общественностью.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция<br>(код и наименование)   | Индикаторы компетенций<br>(код и наименование)   | Результаты обучения  |
|---|--|--|
| ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность | ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий  | <i>Знать:</i> основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий<br><i>Уметь:</i> выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий<br><i>Владеть:</i> методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий |
|   | ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий  | <i>Знать:</i> основы разработки коммуникационных программ и мероприятий<br><i>Владеть:</i> методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий   |
|   | ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта | <i>Знать:</i> основные инструменты маркетинговых коммуникаций<br><i>Уметь:</i> выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач<br><i>Владеть:</i> методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций   |

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений вариативного блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Социология», «Политология», «Теория и практика медиакоммуникаций».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Создание и продвижение медиа-бренда», «Теория и практика рекламы», профессионально-ознакомительная практика, профессионально-творческая практика.

### 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий          | Количество часов |
|---------|------------------------------|------------------|
| 2       | Лекции                       | <b>18</b>        |
| 2       | Семинары/лабораторные работы | <b>22</b>        |
| Всего:  |                              | <b>40</b>        |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 68 академических часа.

### 3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины                          | Содержание   |
|---|--|--|
| 1 | <b>Сущность деятельности по связям с общественностью</b> | Роль и место СО в современном обществе. Генезис СО. Развитие западного и российского PR. Общая характеристика коммуникаций. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникации. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций. Коммуникативные процессы. Управление коммуникативными процессами. Информация в процессе коммуникаций. Коммуникация в PR-деятельности. |
| 2 | <b>Система связей с общественностью</b>                  | Общая характеристика системы СО. Понятие. Особенности динамической устойчивости системы СО. Функционирование системы СО. Управление системой СО. Контроль в системе СО. Сущность и функции контроля. Формы и методы контролирующего воздействия СО.  |

|   |  |        |   |
|---|--|--------|---|
| 3 | <b>Управление процессом связей с общественностью</b>           | с      | Сущность и особенности связей с общественностью в системе управления. Роль и критерии эффективности СО. Исследование менталитета и ценностей PR-активности. Управление мотивацией в PR-деятельности. Манипуляция в СО. Планирование и организация управления СО. Этапы PR-деятельности. Основные элементы планирования и реализации СО.   |
| 4 | <b>Службы связей с общественностью</b>                         | с      | Сущность деятельности служб связей с общественностью. Роль и функции служб. Организационная структура PR-службы. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью. Личностные, деловые и специфические качества специалиста. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью. Сущность и особенности конфликтов. Стадии конфликтов. Управление в условиях конфликта. |
| 5 | <b>Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью</b> | в<br>с | Сетевые ресурсы PR-коммуникаций. Характеристики сети связей с общественностью. Реклама. Электронные средства массовой информации. Вербальные и невербальные коммуникации. Общие принципы делового общения. Публичные выступления.   |
| 6 | <b>Технологии связей с общественностью</b>                     | с      | Роль и значение технологий связей с общественностью. Бизнес PR-технологии. Политические PR-технологии. Информационные PR-технологии. Социальные PR-технологии. Рекламные PR-технологии.   |

#### 4. Образовательные технологии

| № п/п | Наименование раздела                                     | Виды учебных занятий                              | Образовательные технологии   |
|-------|--|---|--|
| 1.    | <b>Сущность деятельности по связям с общественностью</b> | Лекция 1<br>(2 часа)<br><br>Семинар 1<br>(2 часа) | Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, |

|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
|    |  | Самостоятельная работа 1 (10 часов)  | источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки, условия конкурса письменных творческих заданий, организовывание команд для групповой работы.<br>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.  |
| 2. | <b>Система связей с общественностью</b>              | Лекция 2 (4 часа)<br><br>Семинар 2 (2 часа)<br><br>Самостоятельная работа 2 (10 часов)                 | Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиаманипулирования, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.<br>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов. |
| 3. | <b>Управление процессом связей с общественностью</b> | Лекция 3.1 (2 часа)<br><br>Лекция 3.2 (2 часа)<br><br>Семинар 3.1 (2 часа)<br><br>Семинар 3.2 (2 часа) | Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии  |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
|    |  | Самостоятельная работа 3 (10 часов)   | оценки.<br>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.  |
| 4. | <b>Службы связей с общественностью</b>                         | Лекция 4.1<br>(2 часа)<br>Лекция 4.2<br>(2 часа)<br><br>Семинар 4.1<br>(2 часа)<br><br>Семинар 4.2<br>(4 часа)<br><br>Самостоятельная работа 4 (10 часов) | Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.<br>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов. |
| 5. | <b>Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью</b> | Лекция 5<br>(2 часа)<br><br>Семинар 5.1<br>(2 часа)<br>Семинар 5.2<br>(4 часа)  | Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.  |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
|    |  | Самостоятельная работа 5 (14 часов)   | Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.   |
| 6. | <b>Технологии связей с общественностью</b> | Лекция 6.1<br>(4 часа)<br>Лекция 6.2<br>(2 часа)<br><br>Семинар 6.1<br>(2 часа)<br>Семинар 6.2<br>(4 часа)<br><br>Самостоятельная работа 6 (12 часов) | Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.<br>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,<br>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание.<br>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.<br>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов. |

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

| Форма контроля                    | Макс. количество баллов |                   |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------|
|                                   | За одну работу          | Всего             |
| Текущий контроль:                 |                         |                   |
| - опрос                           | 5 баллов                | 30 баллов         |
| - участие в дискуссии на семинаре | 5 баллов                | 10 баллов         |
| - контрольная работа (темы 1-3)   | 10 баллов               | 10 баллов         |
| - контрольная работа (темы 4-6)   | 10 баллов               | 10 баллов         |
| Промежуточная аттестация – зачет  |                         | 40 баллов         |
| <b>Итого за семестр</b>           |                         | <b>100 баллов</b> |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала  |            | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|------------|------------|
| 95 – 100           | Отлично             | зачтено    | A          |
| 83 – 94            |                     |            | B          |
| 68 – 82            | Хорошо              |            | C          |
| 56 – 67            | Удовлетворительно   |            | D          |
| 50 – 55            |                     | E          |            |
| 20 – 49            | Неудовлетворительно | не зачтено | FX         |
| 0 – 19             |                     |            | F          |

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/<br>Шкала<br>ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине  |
|-------------------------|----------------------|---|
| 100-83/<br>A,B          | отлично/<br>зачтено  | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/<br>C             | хорошо/<br>зачтено   | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>     |

| Баллы/<br>Шкала<br>ECTS | Оценка по<br>дисциплине            | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине  |
|-------------------------|------------------------------------|---|
| 67-50/<br>D,E           | удовлетворительно/<br>зачтено      | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |
| 49-0/<br>F,FX           | неудовлетворительно/<br>не зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>               |

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

*Темы докладов (текущий контроль):*

1. Исторические корни связей с общественностью: социальные, экономические, политические причины возникновения связей с общественностью как науки.
2. Место и роль связей с общественностью в современном российском обществе. Сферы применения публич рилейшнз.
3. PR, реклама и пропаганда: сходства и различия.
4. Публич рилейшнз в системе менеджмента и маркетинга.
5. Общественность и общественное мнение как главные объекты воздействия «публич рилейшнз».
6. Основные этапы PR-деятельности: исследование проблемы, постановка целей, разработка стратегии и тактики действий, реализация плана, оценка результатов и внесение корректировок.
7. Методы и средства PR-деятельности.
8. Правовые основы связей с общественностью.
9. Имидж как психологическая PR-категория.
10. Современные медиа как звено в системе PR-взаимоотношений.
11. Формы подачи информационно-новостных материалов: пресс-конференция, конференция, презентация, пресс-тур, пресс-релизы, интервью и т. п.
12. Основные организационные структуры связей с общественностью: независимый консультант-эксперт, отдел по PR в корпорациях, PR-агентства, консультативная фирма по связям с общественностью.
13. Реклама и связи с общественностью: сходства и различия. Реклама как форма массовой коммуникации.
14. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций, специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.

15. Алгоритм управления кризисными ситуациями. Подготовка к экстремальным ситуациям. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП. Правила поведения в кризисных ситуациях и исключения из них. Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
16. Благотворительность и ее значение в формировании общественного мнения. Виды благотворительности.
17. Организация и направления благотворительной деятельности. Спонсирование избирательных кампаний. Благотворительная помощь политическим (общественным) организациям. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
18. Модели эффективного PR-специалиста.

*Контрольные задания (текущий контроль):*

1. Найти в любом медиа (печатном или электронном) статью, написанную службой по связям с общественностью, и проанализировать ее на предмет выделения всех составляющих коммуникационного процесса: коммуникатор, канал коммуникации, содержание сообщения, аудитория, предполагаемый результат, посредник, помехи канала коммуникации.
2. Выбрать модель коммуникации и построить в соответствии с основными положениями (требованиями) этой модели коммуникативную кампанию по продвижению какого-либо политической или социальной инициативы (например, федерального закона, общественной программы и т.п.).
3. Обосновать этапы подготовки и специфику проведения пресс-конференции, презентации, пресс-тура, интервью. При необходимости подготовить медиа-план, медиа-карту.
4. Проанализировать политическую рекламу с точки зрения технологии создания эффективного политического имиджа.
5. Проанализировать социальную рекламу с точки зрения эффективного психологического воздействия на выбранную аудиторию.
6. Имиджевую статью, пресс-релиз, пост-релиз. Выделить структуру PR-материала, обозначить аудиторию, способы воздействия, ожидаемый результат.

### **Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачет)**

1. Роль и место СО в современном обществе.
2. Генезис связей с общественностью.
3. Развитие западного и российского PR.
4. Общая характеристика коммуникаций. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникации.
5. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций.
6. Коммуникативные процессы.
7. Управление коммуникативными процессами.
8. Информация в процессе коммуникаций.
9. Коммуникация в PR-деятельности.
10. Общая характеристика системы связей с общественностью.
11. Контроль в системе связей с общественностью.
12. Сущность и особенности связей с общественностью в системе управления.
13. Манипуляция в СО
14. Роль и функции служб связей с общественностью.
15. Организационная структура PR-службы.
16. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью. Личностные, деловые и специфические качества специалиста.
17. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью.
18. Характеристики сети связей с общественностью.
19. Реклама в системе связей с общественностью.

20. Электронные средства массовой информации в системе связей с общественностью.
21. Вербальные и невербальные коммуникации в системе связей с общественностью.
22. Общие принципы делового общения в системе связей с общественностью.
23. Публичные выступления в системе связей с общественностью.
24. Бизнес PR-технологии.
25. Политические PR-технологии.
26. Информационные PR-технологии.
27. Социальные PR-технологии.
28. Рекламные PR-технологии.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Список источников и литературы

Основные:

1. Гражданский кодекс [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – 2023. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61801/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/)
5. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – М.: Кно-Рус, 2019. – 224 с.
6. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз / Д.А. Вылепканин. – М.: Ф, 2019. – 371 с.
7. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2020. – 231 с.
8. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.
9. Домнин В.Н. Брендинг / В.Н. Домнин. – М.: Юрайт, 2020. – 493 с.
10. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью / А.Ю. Дорский. – СПб: СПбГУ, 2019. – 216 с.
11. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2020. – 197 с.
12. Жильцова О.Н. Связи с общественностью / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с.
13. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации / Е.А. Кожемякин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 189 с.
14. Коноваленко В.А. Основы интегрированных коммуникаций / В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с.
15. Коноваленко В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность / В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М. Юрайт, 2020. – 383 с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 486 с.
17. Кузьмина О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 187 с.

18. Лысикова О.В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 168 с.
19. Миллер Д. Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились / Д. Миллер. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 232 с.
20. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации / В.Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2019. – 216 с.
21. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Теория и современные практики / В.Л. Музыкант. – М.: Юрайт, 2020. – 342 с.
22. Мышанский А.А. К вопросу о связях с общественностью как инструменте трансляции марочных ассоциаций // StudNet. – № 9. – 2020.
23. Назайкин А.Н. Медиарилейшнз на 100% или искусство управления отношениями с прессой и социальными сетями / А.Н. Назайкин. – М.: Солон-пресс, 2020. – 380 с.
24. Осипова Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / Е.А. Осипова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 381 с.
25. Основы теории коммуникации/ отв. ред. О.Я. Гойхман. – М: ИНФРА-М, 2019. – 352 с.
26. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью / Р.Ю. Почекаев. – М.: Юрайт, 2020. – 223 с.
27. Связи с общественностью как социальная инженерия / В.А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – М.: Юрайт, 2020. – 351 с.
28. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов – М.: Юрайт, 2020. – 552 с.
29. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью / Е.Н. Фадеева. – М.: Юрайт, 2020. – 263 с.
30. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К°, 2020. – 322 с.
31. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2020. – 488 с.
32. Щеглов А.В., Макарычев В.Н. Манипуляция общественным мнением // Вестник экономической безопасности. – №1. – 2020. – с .8

#### Дополнительные

1. Блэк С. «Паблик рилейшнз»: что это такое? – М., 1990. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
2. Буари Филипп А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. – М., 2001. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605..>
3. Доти Д. Паблисити и паблик рилейшнз. – М., 1996. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
4. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. – М., 2003. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
5. Мухаев Р.Т. Медиаполитика: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 401 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
6. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
8. Василенко И.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник. – М.: КНОРУС, 2016. – 232 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022).

9. Музыкант В. А. Реклама и PR-технологии. – М., 2000. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
10. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов. – 3-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 302 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>.
11. Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 296 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>
12. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 80 с. – ISBN 978-5-9765-0749-4. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>
13. Чумиков А. Н. Связи с общественностью – М., 2001. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605>. – Режим доступа: по подписке.

## 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

*Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины*

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

## 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global

3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

#### Тема 1. Сущность деятельности по связям с общественностью (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и место СО в современном обществе.
2. Развитие западного и российского ПР.
3. Нормы международного права о СО.
4. Российское законодательство о ПР-деятельности.
5. Коммуникация в ПР-деятельности.

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### Тема 2. Система связей с общественностью (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «система СО».
2. Особенности динамической устойчивости системы СО.
3. Функционирование системы СО.
4. Управление системой СО.
5. Контроль в системе СО.

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### Тема 3. Управление процессом связей с общественностью (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и критерии эффективности связей с общественностью.
2. Исследование менталитета и ценностей ПР-активности.
3. Управление мотивацией в ПР-деятельности.
4. Манипуляция в связях с общественностью.
5. Планирование и организация управления связей с общественностью.
6. Примеры работы ПР- служб в госструктурах и коммерции[

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### **Тема 4. Службы связей с общественностью (6 ч.)**

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность деятельности служб связей с общественностью.
2. Организационная структура PR-службы.
3. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью.
4. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью.
5. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью.
6. Кейсы по конфликтам.

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### **Тема 5. Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью (6 ч.)**

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристики сети связей с общественностью.
2. Реклама.
3. Электронные средства массовой информации.
4. Вербальные и невербальные коммуникации.
5. Общие принципы делового общения.
6. Публичные выступления.

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

#### **Тема 6. Технологии связей с общественностью (6 ч.)**

Вопросы для обсуждения:

1. Информационные PR-технологии.
2. Бизнес PR-технологии.
3. Политические PR-технологии
4. Социальные PR-технологии.
5. Рекламные PR-технологии.

**Материально-техническое обеспечение занятия:** учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – сформировать представление о связях с общественностью как основном инструменте маркетинговых коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы связей с общественностью;
- раскрыть сущность и особенности связей с общественностью в системе управления;
- представить описание деятельности служб связей с общественностью;
- дать представление о сетевых ресурсах PR-коммуникаций;
- рассмотреть технологии связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

*ПК-2.1.* Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

*ПК-2.2.* Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

*ПК-2.3.* Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

*Уметь:* выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

*Владеть:* методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.