

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

*Саз* /Н.С. Сафронов/  
(подпись)  
Зав.кафедрой дизайна  
культуры и искусства  
Е.Л.Силантьева (по доверенности  
№ 218/08 от 29.01.2024г.)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Основы теории и практики связей с общественностью</b>
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	1 - очная форма обучения; 1 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: заочная, очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

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

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

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

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Наталья Владимировна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук
	Кафедра психологии и педагогики	Доцент, Кандидат социологических наук
Андреева Юлия Витальевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат психологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины:

Формирование у студентов систематического знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR-деятельности.

### Задачи освоения дисциплины:

- обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин

- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью

- дать знание об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности

- сформировать у студентов представление о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста по связям с общественностью

сформировать у студентов навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития PR.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы теории и практики связей с общественностью» относится к числу дисциплин блока Б1.О.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ПК-1.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Технологии имиджмейкинга, Планирование PR-кампаний, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Теория и практика массовой информации, Социология массовых коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Основы теории и практики рекламы, Профессионально-творческая практика, Психология массовых коммуникаций, Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Основы интегрированных коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов, Современная пресс-служба, Социальные институты и процессы, Планирование антикризисных коммуникаций, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Коммуникационный менеджмент, Организация рекламных и PR-мероприятий, Внутрифирменные коммуникации, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Технологии производства рекламного продукта, Работа с рекламными и PR-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

текстами, Основы речевой коммуникации в средствах массовой информации, Профессионально-ознакомительная практика, Проектная деятельность.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>знать:</b> современные требования, предъявляемые к подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью, факторы внешней и внутренней среды компании</p> <p><b>уметь:</b> на основе анализа внешней и внутренней среды организации разрабатывать программу PR-кампаний и отдельных PR-акций, реализовывать стратегию и тактику использования СМИ в связях с общественностью, разрабатывать различные PR-мероприятия и оценивать их эффективность</p> <p><b>владеть:</b> навыками анализа, участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</p>
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>знать:</b> стратегии создания эффективной коммуникации, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p><b>уметь:</b> анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, анализировать PR-кампании,</p> <p><b>владеть:</b> практическими навыками анализа, планирования, реализации PR-компаний, навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p><b>знать:</b> требования к коммуникационным продуктам в процессе реализации PR-кампаний</p> <p><b>уметь:</b> использовать коммуникативные PR-технологии, принципы создания медиа-текстов, коммуникационных продуктов</p> <p><b>владеть:</b> методиками составления материалов, документов в рамках подготовки и реализации PR-кампаний</p>

#### 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 часа**

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		1	2
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	16	8	8
Аудиторные занятия:	16	8	8
Лекции	8	4	4
Семинары и практические занятия	8	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	119	64	55
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание выполнения задания	Тестирование, Оценивание выполнения задания	
Курсовая работа	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	, Экзамен (9)		Экзамен
Всего часов по дисциплине	144	72	72

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		1	2
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	52	36	16
Аудиторные занятия:	52	36	16
Лекции	18	18	-
Семинары и практические	34	18	16

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		1	2
1	2	3	4
занятия			
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	56	36	20
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание выполнения задания	Тестирование, Оценивание выполнения задания	
Курсовая работа	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	, Экзамен (36)		Экзамен
Всего часов по дисциплине	144	72	72

#### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Итого подлежит изучению	0	0	0	0	0	0	

#### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Итого подлежит изучению	0	0	0	0	0	0	

### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 1. Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью</b>							
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценки выполнения задания
Тема 2. Тема2. Структура институтов связей с общественностью	9	1	0	0	0	8	, Тестирование
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	0	0	0	0	8	, Оценки выполнения задания
<b>Раздел 2. Раздел2. Организация и планирование PR-коммуникаций</b>							
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценки выполнения задания
Тема 2.	9	1	0	0	0	8	,

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема2. Структура институтов связей с общественностью							Тестирование
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	0	0	0	0	8	, Оценивание выполнения задания
Тема 4. Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	11	1	0	0	0	10	, Тестирование
Тема 5. Тема5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	12	0	2	0	1	10	, Оценивание выполнения задания
Тема 6. Тема6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 7. Тема7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	11	0	1	0	1	10	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 8. Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 9. Тема9. Организация работы в кризисных ситуациях	8	0	0	0	0	8	, Оценивание выполнения

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
							я задания
<b>Раздел 3. Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью</b>							
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценка выполнения задания
Тема 2. Тема2. Структура институтов связей с общественностью	9	1	0	0	0	8	, Тестирование
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	0	0	0	0	8	, Оценка выполнения задания
Тема 4. Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	11	1	0	0	0	10	, Тестирование
Тема 5. Тема5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	12	0	2	0	1	10	, Оценка выполнения задания
Тема 6. Тема6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценка выполнения задания
Тема 7. Тема7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	11	0	1	0	1	10	, Тестирование, Оценка выполнения задания

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 8. Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	12	1	1	0	1	10	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 9. Тема9. Организация работы в кризисных ситуациях	8	0	0	0	0	8	, Оценивание выполнения задания
Тема 10. Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	12	1	1	0	0	10	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 11. Тема11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	9	1	0	0	0	8	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 12. Тема12. Работа с внутрифирменной аудиторией	8	0	0	0	0	8	, Оценивание выполнения задания
Тема 13. Тема13. Эффективность связей с общественностью	1	1	0	0	0	0	, Оценивание выполнения задания
Тема 14. Тема14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	10	0	1	0	1	9	, Оценивание выполнения задания

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
Итого подлежит изучению	135	8	8	0	6	119		

### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
<b>Раздел 1. Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью</b>								
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	10	2	4	0	2	4	, Тестирование, Оценки выполнения задания	
Тема 2. Тема2. Структура институтов связей с общественностью	6	0	2	0	2	4	, Тестирование	
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	2	2	0	2	4	, Оценки выполнения задания	
<b>Раздел 2. Раздел2. Организация и планирование PR-коммуникаций</b>								
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	10	2	4	0	2	4	, Тестирование, Оценки выполнения задания	
Тема 2. Тема2. Структура	6	0	2	0	2	4	, Тестирование	

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
институтов связей с общественностью							ие	
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	2	2	0	2	4	, Оцен	ивани е вып лнени я зад ания
Тема 4. Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	8	2	2	0	0	4	, Тест	ирова ние
Тема 5. Тема5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	10	2	4	0	2	4	, Оцен	ивани е вып лнени я зад ания
Тема 6. Тема6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	8	2	2	0	2	4	, Тест	ирова ние, Оцен е вып лнени я зад ания
Тема 7. Тема7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	8	2	2	0	0	4	, Тест	ирова ние, Оцен е вып лнени я зад ания
Тема 8. Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования	10	2	4	0	2	4	, Тест	ирова ние, Оцен е вып лнени я зад ания
Тема 9. Тема9. Организация работы в кризисных ситуациях	8	2	2	0	2	4	, Оцен	ивани е вып лнени я зад ания

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 3. Раздел 3. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью</b>							
Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления	10	2	4	0	2	4	, Тестирование, Оценка выполнения задания
Тема 2. Тема2. Структура институтов связей с общественностью	6	0	2	0	2	4	, Тестирование
Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания	8	2	2	0	2	4	, Оценка выполнения задания
Тема 4. Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	8	2	2	0	0	4	, Тестирование
Тема 5. Тема5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью	10	2	4	0	2	4	, Оценка выполнения задания
Тема 6. Тема6. Планирование и организация деятельности в сфере PR	8	2	2	0	2	4	, Тестирование, Оценка выполнения задания
Тема 7. Тема7. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	8	2	2	0	0	4	, Тестирование, Оценка выполнения задания
Тема 8. Тема 8.	10	2	4	0	2	4	, Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Имидж, престиж и технологии их формирования							ние, Оценивание выполнения задания
Тема 9. Тема9. Организация работы в кризисных ситуациях	8	2	2	0	2	4	, Оценивание выполнения задания
Тема 10. Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями	8	2	2	0	0	4	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 11. Тема11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	6	0	2	0	0	4	, Тестирование, Оценивание выполнения задания
Тема 12. Тема12. Работа с внутрифирменной аудиторией	6	0	2	0	0	4	, Оценивание выполнения задания
Тема 13. Тема13. Эффективность связей с общественностью	6	0	2	0	0	4	, Оценивание выполнения задания
Тема 14. Тема14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	6	0	2	0	0	4	, Оценивание выполнения задания

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Итого подлежит изучению	108	18	34	0	14	56	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1. Раздел 1. Поле профессиональной деятельности в связях с общественностью

#### Тема 1. Тема1. Сущность «Связей с общественностью» как социального явления

Определение PR и подходы к его формированию. Сущность, роль и значение публичных связей. История развития PR как социального явления. Первые PR-явления в обществе. Прагматическая деятельность в Средние века и Новое время. История становления зарубежного PR в 18–19 вв. Развитие PR в 20 веке. Ведущие отечественные и зарубежные теоретики и практики PR: А.Ли, Э.Бернейз, Дж.Грюниг, Ф.Буари, М.А.Шишкина, Д.П.Гавра, И.Л.Викентьев, Г.Г.Почепцов, А.Н.Чумиков, другие. Основные функции PR. Сфера деятельности public relations. PR и родственные понятия: сходство и отличие (пропаганда, лоббизм, реклама, публицити). Основные принципы организации PR. Роль и место PR в системе маркетинговых коммуникаций. Внутренний и внешний PR. Общественность и общественное мнение как главные объекты public relations. Публичный дискурс, публичная сфера, публицити, публичная коммуникация, как категории понятийного аппарата PR. Типология групп общественности. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в PR, группы интересов, приоритетные группы общественности.

#### Тема 2. Тема2. Структура институтов связей с общественностью

Связи с общественностью в системе социального управления. PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы. функции. PR-подразделения в крупных государственных структурах. Управление Президента РФ по общественным связям и коммуникациям, Управление пресс-службы и информации Президента РФ. Пресс-служба Государственной Думы РФ. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании. Общая характеристика функций специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью.

#### Тема 3. Тема3. Профессиональные PR-сообщества и издания

Профессиональная этика PR-специалиста. Профессиональные требования к PR-специалисту. Профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью. Профессиональные российские PR-издания

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

## **Раздел 2. Раздел2. Организация и планирование PR-коммуникаций**

### **Тема 4. Тема 4.Коммуникативное пространство как сфера PR- деятельности**

Сферы применения PR. Коммуникационные модели, используемые в связях с общественностью их эволюция. Теории распространения информации в обществе. Условия эффективного функционирования PR в современном обществе. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью. Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России

### **Тема 5. Тема5.Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью**

Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп и формы манипулирования общественным мнением. Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение. Психологические приемы и уловки убеждающего и внушающего воздействия. Понятие установки в формировании общественного мнения. Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Личностные факторы управления общественным мнением. Создание стереотипов как функция связей с общественностью

### **Тема 6. Тема6. Планирование и организация деятельности в сфере PR**

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

### **Тема 7. Тема7.Организация и планирование работы со средствами массовой информации**

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

### **Тема 8. Тема 8. Имидж, престиж и технологии их формирования**

Понятия имиджа, репутации, публичности. Отражение объекта в массовом

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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

### **Тема 9. Организация работы в кризисных ситуациях**

Понятие и классификации кризиса. Стадии кризиса. Кризис-менеджмент. Стратегии антикризисного управления. Упреждающее управление проблемами в кризисном PR. Этапы процесса решения проблем. Роль PR-службы в управлении кризисом. Антикризисный план и команда. Информирование предкризисного периода. Кризисный менеджмент и коммуникация. Факторы, влияющие на развитие кризисной ситуации. Типичные ошибки организаций в условиях кризиса. Практические действия по подавлению кризиса. Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации. Оценка каналов коммуникации. Первая реакция на кризис и антикризисные информационные тезисы. Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса. Слухи как фактор влияния на кризис. Причины возникновения слухов. Стратегии борьбы со слухами. Пост-кризисные PR-технологии

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

#### **Тема 10. Работа с органами государственного и местного управления, политическими партиями и общественными объединениями**

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

#### **Тема 11. Организация работы с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями**

Цели и задачи работы с потребителями. Типологии групп общественности. Ситуативный подход. Основные правила работы с потребителями. Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций. Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами. Основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: отчет, собрание, специализированные средства. Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

партнерскими организациями.

## **Тема 12. Тема12. Работа с внутрифирменной аудиторией**

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

## **Тема 13. Тема13. Эффективность связей с общественностью**

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

## **Тема 14. Тема14. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства**

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

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

### **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

- 
1. Определения понятия «Связи с общественностью»: существующие подходы
  2. История развития PR как социального явления. Первые PR-явления в обществе. Прапиаристическая деятельность в Средние века и Новое время.
  3. История становления зарубежного PR в 18 – 19 вв. Развитие PR в 20 веке.
  4. Основные функции PR

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

5. Роль и место PR в системе маркетинговых коммуникаций Реклама и связи с общественностью: общее и особенное
6. Процесс коммуникации в PR и его основные этапы Основные теоретические концепции связей с общественностью
7. Понятие общественность, целевые аудитории, коммуникация, публичная коммуникация. Паблицитный капитал. Типология групп общественности.
8. Главные группы общественности. Определение целевых групп общественности и ключевых аудиторий. Внешняя и внутренняя аудитория. Приоритетные группы общественности.
9. Структура институтов связей с общественностью
10. Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России и за рубежом.
11. Профессиональные сообщества PR. Профессиональные PR-сообщества России.
12. Общая характеристика функций требования к специалисту по связям с общественностью.
13. Этические требования в PR. Этические нормы в работе PR-специалиста. Международные и российские этические кодексы.
14. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности.
15. Сферы применения PR. Эволюция моделей PR-коммуникации. Коммуникативная модель PR-технологий.
16. Теории распространения информации в обществе.
17. Социально-психологические основы управления общественным мнением в PR и рекламе
18. Понятие установки в формировании общественного мнения Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера
19. Личностные факторы управления общественным мнением
20. Создание стереотипов как функция связей с общественностью.
21. Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение
22. Психологические приемы убеждающего и внушающего воздействия
23. Планирование PR. Особенности принципов управления PR
24. Основные этапы PR-деятельности: общая характеристика Стратегия и тактика PR-кампании, их составляющие
25. Виды PR мероприятий, цели и правила их проведения
26. Социологические исследования в PR-деятельности: направления, цели, методы исследований.
27. Понятие, задачи медиа-рейтинга,
28. Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.
29. Характеристика каналов коммуникации в PR-деятельности
30. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
31. Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
32. Правила проведения медиа – мониторинга.
33. Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ. Понятия имиджа, репутации, паблисити.
34. Корпоративный имидж. Структура имиджа организации
35. Понятие корпоративной идентичности
36. Понятие и классификации кризиса. Стадии кризиса. Стратегии антикризисного управления в PR

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

37. Этапы стратегии коммуникации в условиях кризисной ситуации. Принципы и стратегии общения со СМИ в условиях кризиса.
38. Слухи как фактор влияния на кризис.
39. Особенности работы с органами государственной власти Лоббирование: понятия и правила ведения работы с представителями власти
40. Понятия инвесторов Основные инструменты PR, применяемые для работы с инвесторами
41. Роль PR в продвижении товаров и услуг. Коммуникации с посредниками и дилерами.
42. Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
43. Основные проблемы оценки эффективности связей с общественностью
44. Методы и направления оценки эффективности PR-коммуникаций
45. Имидж товара (услуги). Персональный имидж
46. Имидж территории и его составляющие
47. Принципы формирования баз данных СМИ. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье
48. PR в эпоху новых медиа.
49. Коммуникационные модели в связях с общественностью, их эволюция
50. Определение проблем PR. Постановка целей PR-кампании

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

*Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).*

*По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица*

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

- 
1. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 218 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/539011> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16787-0 : 959.00. / .— ISBN 0\_522808
  2. Жильцова О. Н. Связи с общественностью : учебник / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/555978> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-19117-2. / .— ISBN 0\_546182

3. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 453 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/555976> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-19115-8. / .— ISBN 0\_546194

#### **дополнительная**

-----

1. Социальная коммуникация в современном мире : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Кузьмина, Н. Ю. Кремнева, Н. В. Гончарова [и др.] ; под ред. Е. В. Кузьминой ; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_36390

2. Чумиков Александр Николаевич. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А.Н. Чумиков ; А. Н. Чумиков. - Москва : Юрайт, 2023. - 173 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/516258> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-06706-4 : 769.00. / .— ISBN 0\_493289

3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие / Ф.И. Шарков ; Шарков Ф.И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-8291-2933-3. / .— ISBN 0\_256156

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир ; Е. Ю. Чилингир. - Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 240 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/95336.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4497-0579-2. / .— ISBN 0\_154420

5. Бердников, И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова ; И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. - 208 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/99362.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-394-04002-3. / .— ISBN 0\_155909

#### **учебно-методическая**

-----

1. Гончарова Н. В. Основы теории и практики связей с общественностью : учебно-методические указания для подготовки и проведения практических (семинарских) занятий, а также самостоятельной работы студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

общественностью» / Н. В. Гончарова, Ю. В. Андреева. - 2022. - 27 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13126>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_468654.

## б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – 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, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - 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, [2024].

**3. eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» :** электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

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

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

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления 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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

## 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;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Кандидат социологических наук	Гончарова Наталья Владимировна
	Доцент, Кандидат психологических наук	Андреева Юлия Витальевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО