

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол № 11 от «18» июня 2018 г.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета  
/института

И.о. зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 /Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**


Дисциплина  
«Введение в связи с общественностью»

базовая

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки  
Коммуникационный менеджмент

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель) доцент, канд. филол. наук	 /Силиванец А.В.
--	---

Для приема: 2018 г.

Уфа 2018

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от 18 июня 2018 г.

И.о. зав. кафедрой



/ Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

\_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

\_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	22
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	примечание
Знать	закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена деятелей России и зарубежных стран; основные события и процессы отечественной и мировой истории.	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	
	основные принципы взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью	- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2)	
	базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)	
Уметь	критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	
	анализировать работу и взаимодействие персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью	- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);	
	уметь планировать и проводить рекламные, имиджевые кампании и маркетинговые мероприятия	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять	

		оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)	
Владеть	навыками анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; место человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	
	навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетингово-коммуникационной деятельности	- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);	
	навыками организации, управления и оценки рекламной деятельности	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в СО» относится к базовой части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Курс нацелен на повышение уровня прикладного уровня владения коммуникацией в профессиональной сфере, на приобретение теоретических и практических знаний и навыков организации работы в области рекламы и современных связей с общественностью.

В настоящее время компетенции специалиста в определенной области характеризуется не только профессиональными знаниями, навыками, умениями, но также развитыми социально-

коммуникативными и собственно-коммуникативными способностями. Цель курса: изучить и освоить общеметодологические основания связей с общественностью как одной из самых сложных сфер деятельности, направленной на регулирование отношений между организацией и обществом.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, формирующиеся параллельно в рамках изучения следующих дисциплин: «Деловое общение в PR-практике», «Теория и практика массовой информации», «Русский язык и культура речи». Также необходимо изучение данного курса как предваряющего изучение предметов «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и PR)», «Копирайтинг», «Политический PR», «Основы теории коммуникации», «Организация пресс-мероприятий», «Современный медиатекст: теория и практика», «Проведение PR-кампаний».

### **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена деятелей России и зарубежных стран; основных событиях и процессах отечественной и мировой истории.	Отсутствие представлений о закономерностях и этапах исторического процесса, основных исторических фактах, датах, событиях и именах деятелей России и зарубежных стран; основных событиях и процессах отечественной и мировой истории.	Сформированы фрагментарные знания и представления о закономерностях и этапах исторического процесса, основных исторических фактах, датах, событиях и именах деятелей России и зарубежных стран; основных событиях и процессах отечественной и мировой истории.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях о закономерностях и этапах исторического процесса, основных исторических фактах, датах, событиях и именах деятелей России и зарубежных стран; основных событиях и процессах отечественной и мировой истории.	Сформированы комплексные и систематические представления о закономерностях и этапах исторического процесса, основных исторических фактах, датах, событиях и именах деятелей России и зарубежных стран; основных событиях и процессах отечественной и мировой истории.
Второй этап	Уметь: критическ	Отсутствие умений	Сформированы начальные	Сформированы, но	Сформированы комплексные и

(уровень)	и воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики	критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики	умения критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики	содержатся отдельные пробелы в умении критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики	систематические умения критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Отсутствие навыков анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы простейшие навыки анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы на базовом уровне навыки анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы на высоком уровне навыки анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям



Код и формулировка компетенции: ОПК-2 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: основные принципы взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью	Отсутствие представлений об основных принципах взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью	Сформированы фрагментарные знания и представления об основных принципах взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях об основных принципах взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью	Сформированы комплексные и систематические представления об основных принципах взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью
Второй этап (уровень)	Уметь: организовывать работу и взаимодействие персонала для реализации целей и деятельности отделов рекламы/связей с общественностью	Отсутствие умений организовывать работу и взаимодействие персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью	Сформированы начальные умения организовывать работу и взаимодействие персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении организовывать работу и взаимодействие персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью	Сформированы комплексные и систематические умения организовывать работу и взаимодействие персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью

				БЮ	
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетинговой коммуникационной деятельности	Отсутствие навыков навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетинговой коммуникационной деятельности	Сформированы простейшие навыки навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетинговой коммуникационной деятельности	Сформированы на базовом уровне навыки навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетинговой коммуникационной деятельности	Сформированы на высоком уровне навыки навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетинговой коммуникационной деятельности

Код и формулировка компетенции: ПК-1 – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: базовые принципы формирования организационной структуры	Отсутствие представлений о базовых принципах формирования организационной структуры	Сформированы фрагментарные знания и представления о базовых принципах формирования	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях о базовых принципах формирования	Сформированы комплексные и систематические представления о базовых принципах

	рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	я организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	формирование организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности
Второй этап (уровень)	Уметь: планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия	Отсутствие умений планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия	Сформированы начальные умения планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия	Сформированы комплексные и систематические умения планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками организации, управления и оценки рекламной деятельности	Отсутствие навыков организации, управления и оценки рекламной деятельности	Сформированы простейшие навыки организации, управления и оценки рекламной деятельности	Сформированы на базовом уровне навыки организации, управления и оценки рекламной деятельности	Сформированы на высоком уровне навыки организации, управления и оценки рекламной деятельности

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды

деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

Для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап  Знания	1. Закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена деятелей России и зарубежных стран; основные события и процессы отечественной и мировой истории. 2. Основные принципы взаимодействия работников в отделах рекламы/связей с общественностью 3. Базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	ОК-2, ОПК-2, ПК-1	Выступление по теме практического занятия. Реферат. Тестирование
2-й этап  Умения	1. Критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторической динамики 2. Организовывать работу и взаимодействие	ОК-2, ОПК-2, ПК-1	Выступление по теме практического занятия Реферат. Тестирование

	персонала для реализации целей деятельности отделов рекламы/связей с общественностью 3. Планировать и проводить рекламные, имиджевые кампании и маркетинговые мероприятия		
3-й этап Владеть навыками	1. Навыками анализа причинно-следственных связей в развитии государства и общества в мировой истории; места человека в историческом процессе; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям 2. Навыками руководства сотрудниками, взаимодействия с заказчиками, а также другими участниками маркетингово-коммуникационной деятельности 3. Навыками организации, управления и оценки рекламной деятельности	ОК-2, ОПК-2, ПК-1	Выступление по теме практического занятия. Реферат. Тестирование

### ***Рейтинг-план дисциплины***

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

### **Методика оценивания для экзамена по дисциплине:**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими

затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

### **Примерные вопросы к экзамену**

1. История связей с общественностью в США
2. История связей с общественностью в Западной Европе
3. Становление связей с общественностью в современной России
4. Определение публик рилейшнз
5. Паблик рилейшнз и реклама
6. Паблик рилейшнз и маркетинг
7. Паблик рилейшнз и продвижение товаров и услуг
8. Паблик рилейшнз и пропаганда
9. Модели публик рилейшнз (по Дж. Грюнигу)
10. Основные направления деятельности PR специалиста во внутренней и внешней среде организации
11. Паблик рилейшнз как часть стратегического менеджмента. PR и управление проблемами.
12. PR в антикризисном менеджменте
13. Структура имиджа организации
14. Формирование имиджа в практике публик рилейшнз
15. Структура и функциональные обязанности PR отдела организации
16. PR консалтинг: клиенты, услуги, бюджет, документация
17. PR-менеджмент и PR-консалтинг: преимущества и недостатки
18. Анализ ситуации в PR проекте
19. Определение целей и целевых групп в PR проекте
20. Разработка программы PR действий и PR коммуникаций
21. Реализация PR действий и PR коммуникаций
22. Оценка эффективности PR действий и коммуникаций
23. Специальные события в PR: выставки, конференции, презентации
24. Особенности прессы для PR
25. Особенности радио для PR
26. Особенности телевидения для PR
27. Особенности Интернета для PR
28. Пресс-релиз
29. Организационные мероприятия для СМИ
30. Внутрифирменные средства информации
31. Этика публик рилейшнз. Профессиональные кодексы PR
32. Правовое регулирование PR

### ***Структура экзаменационного билета***

---

Образец экзаменационного билета:

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № \_\_\_\_\_  
по дисциплине «Введение в СО»

Направление 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью  
Профиль - Коммуникационный менеджмент

1. История связей с общественностью в США.
2. Определение целей и целевых групп в PR проекте.

И.о. зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Иткулова Л.А.

---

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене:

**Критерии оценки (в баллах):**

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

**Вопросы к практическим занятиям**

*Модуль 1. Связи с общественностью в историческом развитии*

*Тема 1. Введение. Предмет СО (PR – публик рилейнз)*

1. Понятие СО
2. Субъект и объект PR-отношений
3. Направления деятельности СО
4. Основное отличие СО от рекламы и пропаганды
5. Основные задачи СО

6. Профессии в области PR: типовые PR-специалисты требования, предъявляемые к PR-специалисту,
7. Принципы и функции СО
8. Целевые аудитории СО
9. Службы по связям с общественностью. Понятие, задачи и функции PR-службы. Основные направления деятельности

*Тема 2. Возникновение и развитие PR как вида профессиональной деятельности*

1. Прообразы PR-деятельности в древности
2. Прообразы PR-деятельности в средние века
3. Истоки современного PR
4. Этапы формирования современного PR

*Тема 3. Четыре коммуникационные модели в историческом развитии*

1. Классификация моделей
2. Манипулятивная модель
3. Модель информирования общественности
4. Двусторонний асимметричный PR
5. Двусторонний симметричный PR

*Тема 4. Этические нормы PR-деятельности*

1. Понятия этики и морали. Основные кодексы PR-этики
2. Источники этических проблем
3. Основные правила PR-этики по отношению к общественности и СМИ
4. Принципы взаимоотношений PR-специалиста, нанимателя, клиента, работодателя

## ***Модуль 2. Основные понятия PR***

*Тема 5. Понятие общественности в сфере PR*

1. Понятие общественности и общественного мнения
2. Законы общественного мнения Х. Кентрила
3. Общественные группы и их типы
4. Подходы для определения целевой группы

*Тема 6. PR-обращение*

1. Понятие PR-обращения, критерии оценки и принципы
1. Элементы письменного PR-обращения
2. Характеристики PR-материалов
3. Требования к деловому письму
4. Виды PR-материалов
2. Текст речей и выступлений

*Тема 7. Взаимодействие PR со СМИ*

1. Понятие СМИ в PR
2. Обязанности PR-специалиста
3. Общие правила отношений со СМИ
4. Работа PR с прессой
5. Преимущества прессы и значимые характеристики издания
6. Источники новостей для прессы
7. PR-материалы, предоставляемые для публикации

*Тема 8. Виды PR по сферам деятельности*

1. Основные виды PR по сферам деятельности
2. PR в бизнесе
3. Государственный и политический PR
4. PR в профессиональных ассоциациях
5. PR в некоммерческих организациях
6. PR в образовательной сфере



## 7. PR в сферах спорта и развлечений

### Тема 9. PR-мероприятия

1. Пресс-конференция: понятие, функции, виды, этапы подготовки
2. Выставки и ярмарки: задачи и цели участия, классификация выставок и ярмарок, тапы подготовительной работы
3. Презентация
4. Конференция
5. Круглый стол
6. Прием
7. Брифинг и интервью-заявление

### Методические указания

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты развития науки как исторического процесса.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует привитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы. Независимо от того, какие методы будут использоваться преподавателем на занятиях, к предстоящему практическому занятию готовятся все обучающиеся.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в в их динамике и взаимосвязи;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиций по различным проблемам истории.

Одним из видов самостоятельной работы студентов является подготовка к тестированию и написание реферата.

**Критерии оценки (в баллах):**

- 15 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 10 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 5 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Исторические факторы, обусловившее возникновение феномена PR.
2. Социально-экономические факторы, обусловившее возникновение феномена PR.
3. Модели PR.
4. PR и пропаганда.
5. Формирование двусторонней модели PR.
6. Симметрия и асимметрия в двусторонней модели PR.
7. PR как средство адаптации объекта к внешней среде.
8. PR как коммуникационный менеджмент.
9. Управленческая функция PR .
10. PR как средство адаптации объекта.
11. Гармонизация общественно-экономических отношений как цель PR.
12. PR как средство оптимизации социальных взаимосвязей.
13. Типология концепций.
14. PR как научная дисциплина.
15. Объект и предметная сфера PR.
16. PR как средство создания имиджа.
17. PR как средство духовного производства.
18. Парадигма PR А.Л.Ли.
19. Научное и технологическое становление PR в 30-х годах.
20. Вклад Эдварда Л. Бернейза в развитие PR.
21. Антология российского PR .
22. Информация как средство и цель общественного взаимодействия.
23. Структура информации: текст, контекст, подтекст.
24. Информация и восприятие.
25. Социальная информация.
26. Свойства и функции социальной информации.
27. Информация как инструмент социально-преобразующей деятельности.
28. Социальная информация и социальная практика.
29. Сущность сознания.
30. Общественная природа сознания.

#### **Критерии оценки реферата:**

- актуальность темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- соответствие оформления стандартом.

#### **Описание шкалы оценивания:**

Оценка «**отлично**» (11-15 баллов) ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и

выводы.

Оценка «**хорошо**» (6-10 баллов) ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание реферата; допущены один – два недочета при освещении основного содержания темы, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. В реферате может быть недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка «**удовлетворительно**» (3-5 баллов) ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после замечаний преподавателя; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка «**неудовлетворительно**» (0-2 балла) ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи; не сформированы умения и компетенции; реферат является плагиатом других рефератов более чем на 90%.

### **Примерная тематика контрольных работ для заочной формы обучения**

1. Исторические факторы, обусловившее возникновение феномена PR.
2. Социально-экономические факторы, обусловившее возникновение феномена PR.
3. Модели PR.
4. PR и пропаганда.
5. Формирование двусторонней модели PR.
6. Симметрия и асимметрия в двухсторонней модели PR.
7. PR как средство адаптации объекта к внешней среде.
8. PR как коммуникационный менеджмент.
9. Управленческая функция PR .
10. PR как средство адаптации объекта.
11. Гармонизация общечтвенных отношений как цель PR.
12. PR как средство оптимизации социальных взаимосвязей.
13. Типология концепций.
14. PR как научная дисциплина.
15. Объект и предметная сфера PR.
16. PR как средство создания имиджа.
17. PR как средство духовного производства.
18. Парадигма PR А.Л.Ли.
19. Научное и технологическое становление PR в 30-х годах.
20. Вклад Эдварда Л. Бернейзп в развитие PR.
21. Антология российского PR .
22. Информация как средство и цель общественного взаимодействия.
23. Структура информации: текст, контекст, подтекст.
24. Информация и восприятие.
25. Социальная информация.
26. Свойства и функции социальной информации.
27. Информация как инструмент социально-преобразующей деятельности.
28. Социальная информация и социальная практика.

29. Сущность сознания.  
30. Общественная природа сознания.

**Критерии оценки контрольной работы:**

- актуальность темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- соответствие оформления стандартом.

**Описание шкалы оценивания:**

Оценка «зачтено» ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы.

Оценка «не зачтено» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи.

**Примерные тесты по дисциплине**

1. Связи с общественностью – это

- а) направление коммуникативистики;
- б) рекламная деятельность;
- в) учебная дисциплина.

2. Где и когда возник термин «public relations»?

- а) в 17 веке в Англии;
- б) в 20 веке в Западной Европе;
- в) в 1802 году в США.

3. С каким историческим событием связано укрепление public relations как вида профессиональной деятельности?

- а) революция 1917 г. в России
- б) Великая депрессия в США (1929г.)
- в) Вторая мировая война

**Критерии оценки в баллах:**

В качестве рубежного контроля проводится тестирование, в котором представлено 25 вопросов. Тестирование проводится в два этапа – на первом рубежном контроле и на втором.

- 15 баллов (зачтено) выставляется студенту, если более 19 верных ответов из возможных 25;
- 10 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 15 до 18 верных ответов;
- 5 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 10 до 14 верных ответов;
- 0 баллов (не зачтено) выставляется студенту, если верных ответов менее 10.

**5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к

Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. **ЧУМИКОВ, Александр Николаевич**. Связи с общественностью : Учебное пособие / А. Н. ЧУМИКОВ .— 2.изд., испр.и доп. — М. : Дело, 2001 .— 296с.
2. **Королько, Валентин Григорьевич**. Основы паблик рилейшнз : учебник / В. Г. Королько .— Москва : "Рефл-бук" : Ваклер, 2003 .— 528 с.

#### Дополнительная литература:

3. **Блэк, Сэм**. Введение в паблик рилейшнз / С. Блэк .— Ростов н/Д : Феникс, 1998 .— 320 с.
4. **Ньюсом, Даг**. Всё о PR:Теория и практика Паблик Рилейшнз / Даг Ньюсом,Джуди Ван Слайк Тёрк,Дин Крукеберг .— 7изд. — М. : Имидж -Контакт, 2001 .— 628с.
5. **Почепцов, Георгий**. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов .— М. : Рефл-бук, 2002 .— 622 с.
6. Специальность "Связи с общественностью": идеология и технология учебного процесса : учебно- метод. пособие / Башкирский гос. ун-т .— Уфа : РИО БашГУ, 2004 .— 280 с.
7. **Михайлов, Ю.М.** Связи с общественностью по-русски [Электронный ресурс] / Ю.М. Михайлов .— М. : Директ-Медиа, 2014 .— 306 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-211-05809-5 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694&sr=1>>.

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»

<http://www.proreklamam.com>

<https://www.youtube.com/watch?v=suMnNW7axR4>

<http://www.advesti.ru>

<http://reklamaster.com>

<http://www.createbrand.ru>

<http://www.e-xecutive.ru>

<http://www.piar.ru>

<http://pr-info.ru>

<http://pr-life.ru>

<http://www.raso.ru>

<http://www.soob.ru>

<http://www.rwr.ru>

<http://studlib.com/>

<https://vnaumov.timepad.ru>  
<https://prexplore.ru>  
<http://www.adhard.ru>  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)  
<http://www.advmarket.ru>  
<http://www.advertology.ru>  
<http://reklamist.com>  
[https://studref.com/346872/marketing/reklama\\_rossii](https://studref.com/346872/marketing/reklama_rossii)  
<https://adindustry.ru/publications/1194>

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Лекции	<p align="center"><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Практические занятия	<p align="center"><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Индивидуальные и групповые консультации,	<p align="center"><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска</p>
<p><i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	промежуточная аттестация.	<p align="center"><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска <b>Аудитория № 419</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок Lenovo Think CentreAll-in-One 2048MB 320GB, инв. номер 410134000000704-410134000000718 (15 штук). ПО: 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP</p>

		NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г 3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.
<b>помещения для самостоятельной работы:</b> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Самостоятельная работа	<b>Читальный зал №5</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Введение в СО» на 1 семестр  
очной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекционные и практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Очная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	37,7
лекций	18
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	53,5
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	52,8

Форма контроля:  
Экзамен 1 семестр



№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Связи с общественностью в историческом развитии</b>								
1.	<i>Тема 1. Введение. Предмет СО (PR – паблик рилейнз)</i> Понятие СО Субъект и объект PR-отношений Направления деятельности СО Основное отличие СО от рекламы и пропаганды Основные задачи СО Профессии в области PR: типовые PR-специалисты требования, предъявляемые к PR-специалисту, Принципы и функции СО Целевые аудитории СО Службы по связям с общественностью. Понятие, задачи и функции PR-службы. Основные направления деятельности	2	2		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. Возникновение и развитие PR как вида профессиональной деятельности</i>	2	2		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме	Выступление по теме практического занятия.

	Прообразы PR-деятельности в древности Прообразы PR-деятельности в средние века Истоки современного PR Этапы формирования современного PR						практического занятия.	
3.	<i>Тема 3. Четыре коммуникационные модели в историческом развитии</i> Классификация моделей Манипулятивная модель Модель информирования общественности Двусторонний асимметричный PR Двусторонний симметричный PR	2	2		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
4.	<i>Тема 4. Этические нормы PR-деятельности</i> Понятия этики и морали. Основные кодексы PR-этики Источники этических проблем Основные правила PR-этики по отношению к общественности и СМИ Принципы взаимоотношений PR-специалиста, нанимателя, клиента, работодателя	2	2		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка реферата.	Выступление по теме практического занятия. Реферат.
<b>Модуль 2. Основные понятия PR</b>								
5.	<i>Тема 5. Понятие общественности в сфере PR</i> Понятие общественности и общественного мнения	2	2		6	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме	Выступление по теме практического занятия.

	Законы общественного мнения Х. Кентрила Общественные группы и их типы Подходы для определения целевой группы						практического занятия.	
6.	<i>Тема 6. PR-обращение</i> Понятие PR-обращения, критерии оценки и принципы Элементы письменного PR- обращения Характеристики PR-материалов Требования к деловому письму Виды PR-материалов Текст речей и выступлений	2	2		6	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
7.	<i>Тема 7. Взаимодействие PR со СМИ</i> Понятие СМИ в PR Обязанности PR-специалиста Общие правила отношений со СМИ Работа PR с прессой Преимущества прессы и значимые характеристики издания Источники новостей для прессы	2	2		6	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Виды PR по сферам деятельности</i> Основные виды PR по сферам деятельности PR в бизнесе Государственный и политический PR PR в профессиональных	2	2		6	1-3, 4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	ассоциациях PR в некоммерческих организациях PR в образовательной сфере PR в сферах спорта и развлечений							
9.	<i>Тема 9. PR-мероприятия</i> Пресс-конференция: понятие, функции, виды, этапы подготовки Выставки и ярмарки: задачи и цели участия, классификация выставок и ярмарок, тапы подготовительной работы Презентация Конференция Круглый стол Прием Брифинг и интервью-заявление	2	2		5,5	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
	<b>Реферат</b>						<b>Реферат</b> — доклад по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников.	
	<b>ИТОГО:</b>	18	18		53,5			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Введение в СО»  
на 1 семестр, сессия 1–2 заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекционные и практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	15,7
лекций	4
практических/ семинарских	8
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	120,5
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	7,8

Форма контроля:

Экзамен 1 семестр, сессия 1–2

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Связи с общественностью в историческом развитии</b>								
1.	<i>Тема 1. Введение. Предмет СО (PR – публик рилейнз)</i> Понятие СО Субъект и объект PR-отношений Направления деятельности СО Основное отличие СО от рекламы и пропаганды Основные задачи СО Профессии в области PR: типовые PR-специалисты требования, предъявляемые к PR-специалисту, Принципы и функции СО Целевые аудитории СО Службы по связям с общественностью. Понятие, задачи и функции PR-службы. Основные направления деятельности	0,5	2		8,5	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. Возникновение и развитие PR как вида профессиональной деятельности</i>		1		14	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме	Выступление по теме практического занятия.

	Прообразы PR-деятельности в древности Прообразы PR-деятельности в средние века Истоки современного PR Этапы формирования современного PR						практического занятия.	
3.	<i>Тема 3. Четыре коммуникационные модели в историческом развитии</i> Классификация моделей Манипулятивная модель Модель информирования общественности Двусторонний асимметричный PR Двусторонний симметричный PR	0,5	0,5		14	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
4.	<i>Тема 4. Этические нормы PR-деятельности</i> Понятия этики и морали. Основные кодексы PR-этики Источники этических проблем Основные правила PR-этики по отношению к общественности и СМИ Принципы взаимоотношений PR-специалиста, нанимателя, клиента, работодателя	0,5	0,5		14	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка реферата.	Выступление по теме практического занятия. Контрольная работа.
<b>Модуль 2. Основные понятия PR</b>								
5.	<i>Тема 5. Понятие общественности в сфере PR</i> Понятие общественности и общественного мнения	0,5	0,5		14	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме	Выступление по теме практического занятия.

	Законы общественного мнения Х. Кентрила Общественные группы и их типы Подходы для определения целевой группы						практического занятия.	
6.	<i>Тема 6. PR-обращение</i> Понятие PR-обращения, критерии оценки и принципы Элементы письменного PR-обращения Характеристики PR-материалов Требования к деловому письму Виды PR-материалов Текст речей и выступлений	0,5	1		14	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
7.	<i>Тема 7. Взаимодействие PR со СМИ</i> Понятие СМИ в PR Обязанности PR-специалиста Общие правила отношений со СМИ Работа PR с прессой Преимущества прессы и значимые характеристики издания Источники новостей для прессы	0,5	1		14	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Виды PR по сферам деятельности</i> Основные виды PR по сферам деятельности PR в бизнесе Государственный и политический PR PR в профессиональных	0,5	0,5		14	1-3, 4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.



	ассоциациях PR в некоммерческих организациях PR в образовательной сфере PR в сферах спорта и развлечений							
9.	<i>Тема 9. PR-мероприятия</i> Пресс-конференция: понятие, функции, виды, этапы подготовки Выставки и ярмарки: задачи и цели участия, классификация выставок и ярмарок, тапы подготовительной работы Презентация Конференция Круглый стол Прием Брифинг и интервью-заявление	0,5	1		14	1-3, 5-7	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
	<b>Контрольная работа</b>						<b>Контрольная работа</b> — это письменная работа, в которой измеряется уровень, знаний, навыков, умений и навыков. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.	
	<b>ИТОГО:</b>	4	8		120,5			

**Рейтинг-план дисциплины  
«Введение в СО»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Курс 1, семестр 1

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1. Связи с общественностью в историческом развитии</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Реферат		1	0	15
<b>Модуль 2. Основные понятия PR</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование		1	0	15
<b>Поощрительные баллы</b>				
Публикация статей			0	10
<b>Посещаемость</b>				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
Экзамен				30