

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА

Кафедра журналистики

***ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СЛУЖБ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И
МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ЖУРНАЛИСТА***

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.02 Журналистика

*Направленность (профиль): Мультимедийная журналистика и современные
медiateхнологии*

Уровень квалификации выпускника бакалавр

Форма обучения очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Взаимодействие служб по связям с общественностью и мультимедийного журналиста
Рабочая программа дисциплины
Составитель
Кандидат филологических наук, доцент Е.А. Глазкова

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры журналистики
№__10/1__от 27.08.2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1	Пояснительная записка	4
1.1	Цель и задачи дисциплины	4
1.2	Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине	4
1.3	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2	Структура дисциплины	6
3	Содержание дисциплины	8
4	Образовательные технологии	9
5	Оценка планируемых результатов обучения	11
5.1	Система оценивания	11
5.2	Критерии выставления оценок	11
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
6.1	Список источников и литературы	16
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	17
7	Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
8	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	17
9	Методические материалы	19
9.1	Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий	19
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	24
	Приложения	
	Приложение 1. Аннотация дисциплины	28
	Приложение 2. Лист изменений	29

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Взаимодействие служб по связям с общественностью и мультимедийного журналиста» входит в состав вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 420302 Журналистика, направленность (профиль): Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии.

Цель курса – формирование целостного представления о специфике современной PR-деятельности в рамках одного из типов служб по связям с общественностью.

Изучение предмета предполагает решение следующих задач:

- формирование у студентов необходимого терминологического аппарата;
- знакомство с правовыми основами деятельности в сфере PR в Российской Федерации;
- определение совокупности задач и функций сотрудников по связям с общественностью;
- систематизация знаний о типах каналов коммуникации и определение специфике использования коммуникационных каналов в PR-деятельности;
- формирование представления о жанровой системе в области связей с общественностью и навыка создания текстов заданной структуры;
- формирование у студентов представлений о возможностях оценки эффективности работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- знакомство с жанровой системой мероприятий в сфере PR.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК - 1	способность выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	Знать: критерии отбора информации в СМИ, критерии, по которым определяется актуальность темы. Уметь: определять актуальность темы, выявлять проблему, имеющую общественную значимость. Владеть: методами сбора информации, ее проверки и анализа.
ПК - 4	способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	Знать: нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования, принятые в СМИ разных типов; жанровую палитру журналистики, специфику аналитической журналистики, нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования, принятые в СМИ разных типов. Уметь: анализировать и оценивать журналистские и публицистические материалы СМИ, свои журналистские материалы, с точки зрения их соответствия с нормами, стандартами,

		<p>форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.</p> <p>Владеть: способностью редактировать журналистские и публицистические материалы, в том числе свои собственные, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Взаимодействие служб по связям с общественностью и мультимедийного журналиста» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока дисциплин учебного плана

Форма итогового контроля – экзамен.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения ряда дисциплин и прохождения практик, в том числе таких дисциплин, как, «Реклама и связи с общественностью в работе мультимедийного журналиста», «Психология журналистики», «Основы творческой деятельности журналиста», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Практикум по копирайтингу в новых медиа».

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 56 ч., самостоятельная работа обучающихся 70 ч., 18 ч. – промежуточная аттестация.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная						
			Лекции	Семинары	Практические	Лабораторные	Промежуточная аттестация		
1	Общественное мнение как инструмент управления. Формирование общественного мнения: формы, принципы, цели.	8			2			4	Дискуссия
2	Правовые основы взаимодействия со СМИ	8			2			4	Дискуссия Анализ ситуаций
3	Общее представление о деятельности пресс- и PR-служб: цели, структура, должностные обязанности сотрудников.	8			4			4	Дискуссия Деловая игра «Организация PR-службы»
4	Специфика работы PR-службы	8			6			4	
5	Система жанров в области PR	8			10			8	Тестирование
6	Формы взаимодействия PR-служб с мультимедийными журналистами	8			6			4	Дискуссия
7	Организация специальных мероприятий	8			10			6	
8	Управление кризисными и конфликтными ситуациями	5			4			4	
9	Мониторинг и	8			6			6	Дискуссия

	анализ формирующегося медиаобраза								
10	Информационная политика компании, планирование работы PR-службы, Разработка информационной стратегии компании.	8			6			2	Доклады с презентациями
	Промежуточная аттестация экзамен					18			Итоговая контрольная работа
	ИТОГО:				56	18		70	144

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Общественное мнение как инструмент управления. Формирование общественного мнения: формы, принципы, цели.	<p>Сущность общественного мнения как комплекса представлений и отношений. Основные характеристики общественного мнения: распространенность, интенсивность, стабильность, динамичность, зрелость. Структура общественного мнения. Рациональные, волевые и эмоциональные компоненты структуры общественного мнения. Роль общественного мнения в жизни современного российского общества. Общественное мнение как инструмент социальной самоорганизации общества на бытовом уровне. Сущность и факторы формирования общественного мнения. Соотношение терминов “информация” и “пропаганда” в теории общественного мнения. Способы формирования общественного мнения посредством целенаправленных воздействий на аудиторию СМИ.</p>
2	Правовые основы взаимодействия со СМИ	<p>Информационная сфера как объект правового регулирования. Федеральное законодательство в области СМИ и доступа к информации. Свобода массовой информации. Защита информации. Права и обязанности сотрудника PR-службы и сотрудника СМИ. Этические регуляторы деятельности СМИ. Возможности и пределы корпоративного вмешательства в деятельность СМИ.</p>
3	Общее представление о деятельности пресс- и PR-служб: цели, структура, должностные обязанности сотрудников.	<p>Место PR- и пресс-служб в структуре организации. Должностные обязанности и должностные инструкции. Положение об учреждении пресс- или PR-службы.</p>
4	Специфика работы PR-службы	<p>Направления деятельности сотрудников пресс- или PR-службы. Зона ответственности и виды задач. Специфика деятельности в коммерческих организациях, общественных организациях, государственных структурах.</p>
5	Система жанров в области PR	<p>Анализ специфики существующих в сфере связей с общественностью жанров. Создание информационных продуктов в соответствии с жанровыми границами. Пресс-релизы, информационные сообщения для сайта.</p>
6	Формы взаимодействия PR-служб с мультимедийными журналистами	<p>Аккредитация журналистов. Проведение специальных мероприятий. Пресс-конференции, брифинги, выходы к СМИ, интервью, конференции, круглые столы, дни открытых дверей, спонсорство, проведение</p>

		профессиональных конкурсов, пресс-туров.
7	Организация специальных мероприятий	Подготовка и проведение в рамках деловых игр мероприятий заданной жанровой специфики. Подготовка предварительных и пост-материалов.
8	Управление кризисными и конфликтными ситуациями	Работа сотрудников пресс- и PR-служб в экстремальных и конфликтных ситуациях. Формы информационной агрессии. Причины информационной агрессии. Потенциальные источники информационной агрессии.
9	Мониторинг и анализ формирующегося медиаобраза	Общее понятие о медиаобразе, имидже, репутации. Сбор и анализ материала. Создание управляемого информационного потока для корректировки медийного образа.
10	Информационная политика компании, планирование работы PR-службы, Разработка информационной стратегии компании.	Понятие «информационная политика». Субъекты (участники) информационной политики. Технологии разработки и реализации информационной политики. Определение целевых аудиторий. Установление главных целей. Определение кампании. Типы кампаний. Подготовка кампании. Проведение кампании. Анализ результатов кампании.

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Общественное мнение как инструмент управления. Формирование общественного мнения: формы, принципы, цели.	Практическое занятие 1. Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением доклада
2	Правовые основы взаимодействия со СМИ	Практическое занятие 2. Самостоятельная работа	Доклады с презентациями Анализ ситуаций (рекламных кейсов) Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Общее представление о деятельности пресс- и PR-служб: цели, структура, должностные	Практическое занятие 3. Практическое занятие 4. Самостоятельная работа	Развернутая беседа Тест Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

	обязанности сотрудников.		
4	Специфика работы PR-службы	Практическое занятие 5. Практическое занятие 6. Практическое занятие 7. Самостоятельная работа	Дискуссия Работа по микрогруппам Анализ ситуаций (рекламных кейсов) Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Система жанров в области PR	Практическое занятие 8. Практическое занятие 9. Практическое занятие 10. Практическое занятие 11. Практическое занятие 12 Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением доклада Работа по микрогруппам Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Формы взаимодействия PR-служб с мультимедийными журналистами	Практическое занятие 13. Практическое занятие 14. Практическое занятие 15 Самостоятельная работа	Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Организация специальных мероприятий Творческое задание	Практическое занятие 16. Практическое занятие 17. Практическое занятие 18. Практическое занятие 19 Практическое занятие 20 Самостоятельная работа	Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Управление кризисными и конфликтными ситуациями	Практическое занятие 21. Практическое занятие 22. Самостоятельная работа	Тест Доклады с презентациями Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
9	Мониторинг и анализ формирующегося медиаобраза	Практическое занятие 23. Практическое занятие 24. Практическое занятие 25 Самостоятельная работа	Доклады с презентациями Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
10	Информационная политика компании, планирование работы PR-службы, Разработка информационной стратегии компании.	Практическое занятие 26. Практическое занятие 27 Практическое занятие 28 Самостоятельная работа	Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - доклад - участие в дискуссии на семинаре - тестирование	30 баллов 5 баллов 20 баллов	30 баллов 10 баллов 20 баллов
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

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

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Примерная тематика докладов-презентаций

1. Современное представление о лидере общественного мнения.
2. «Спираль молчания» Э. Ноэль-Ноймана.
3. Общественное мнение и социальная самоорганизация.
4. Особенности и правила проведения опросов общественного мнения.
5. Медиатекст как средство медиавоздействия.
6. Консалтинг в связях с общественностью.
7. Оценка эффективности PR-кампании в мультимедийном пространстве
8. Массовая информация в социальном процессе.
9. Барьеры массовой коммуникации.
10. Способы привлечения и удержания внимания в массовой коммуникации в новых медиа.

Примерные варианты тестов

1. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?
 - а) СО зародились в России в период сталинизма.
 - б) СО зародились в США более ста лет назад.
 - в) СО зародились в Японии двести лет назад.

2. Кто впервые официально употребил выражение «паблик рилейшнз»?
 - а) С. Блэк
 - б) А. Линкольн
 - в) Т. Джефферсон
 - г) Аристотель

3. Какую фразу заменило выражение «паблик рилейшнз» в 1807 году, когда впервые было официально употреблено?
 - а) связи с общественностью
 - б) состояние мысли
 - в) общественное мнение
 - г) публичное выступление

4. Объектом деятельности пресс-службы являются
 - а) сотрудники органов государственной власти
 - б) юридические лица
 - в) физические лица
 - г) средства массовой информации.

5. Пресс-секретаря Президента РФ зовут:
 - а) Алексей Громов

- б) Дмитрий Песков
- в) Михаил Сеславинский.

6. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...

- а) репортаж
- б) пресс-релиз
- в) интервью
- г) пресс-кит

7. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?

- а) аналитические материалы
- б) коммерческую информацию
- в) новости
- г) паблисити

8. Главное требование к пресс-релизу?

- а) наличие заголовка
- б) наличие общественно-значимого факта
- в) наличие аналитики
- г) наличие коммерческой информации

9. Специалист по связям с общественностью

- а) Релайтер
- б) Релайзер
- в) Риэлтор
- г) Промоутер

10. Паблисити – это..

- а) популяризация, создание известности.
- б) действия, направленные на привлечение внимания.
- в) вид коммуникации
- г) вид рекламы

11. Создано первое крупное бюро PR при Американском телефонно-телеграфном объединении.

- а) в 1897 году
- б) в 1939 году
- в) в 1912 году
- г) в 1920

12. Паблик рилейшнз (PR, Public Relations, PR) - ...

- а) управление коммуникацией между организацией и ее общественностью.
- б) это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности
- в) это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации
- г) это искусство формирования благоприятного отношения общественности к фирме путем создания представления о том, что фирма выпускает и продает товар только в интересах покупателя, а не ради получения прибыли

13. Пресс-релиз –

- а) средство паблик рилейшнз, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию.
- б) бесплатная публикация ввиду новостного характера сообщения
- в) комплект материалов для раздачи журналистам на пресс-конференции.
- г) демонстрация рекламной продукции.

14. Пресс-кит (англ. press kit) – это...

- а) комплект материалов для раздачи журналистам на пресс-конференции.
- б) средство паблик рилейшнз,
- в) бесплатная публикация ввиду новостного характера сообщения
- г) демонстрация рекламной продукции.

15. Каковы цели и задачи пресс-конференции?

- а) регулярная встреча с журналистами;
- б) оповещение о какой-либо новости;
- в) разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;
- г) информирование о состоянии дел внутри организации.

Контрольные вопросы для экзамена

1. Государственная информационная политика и ее роль в организации деятельности по связям с общественностью.
2. Субъекты информационной политики.
3. Информационные потоки организации.
4. Понятие об общественном мнении.
5. Организационная структура службы по связям с общественностью.
6. Принципы взаимодействия служб по связям с общественностью и СМИ.
7. Должностные обязанности сотрудника службы по связям с общественностью.
8. Правовое и этическое регулирование деятельности в области связей с общественностью.
9. Ограничение доступа к информации. Правовые основы.
10. Основные принципы деятельности службы по связям с общественностью в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций. Подготовка заявления для общественности.
11. Жанровая система PR: типы жанров, сфера их использования.
12. Сайт компании как коммуникативный ресурс.
13. Виды специальных мероприятий для журналистов.
14. Организация информационных поводов.
15. Специфика деятельности службы по связям с общественностью в государственных, общественных и коммерческих структурах.
16. Направления взаимодействия с медиа: организация событий для СМИ, партнёрские программы, публикации, комплексные медиакампании.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Собрание законодательства Российской Федерации от 20.03.2006, № 12 ст. 1232.

2. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Собрание законодательства Российской Федерации от 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3448.

Литература

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

1. Медиалогия. <https://www.mlg.ru>
2. Pressfeed <https://pressfeed.ru>
3. Public.ru: мониторинг СМИ, обзор прессы, медиа-анализ. <https://www.public.ru/>

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

1. Реклама и связи с общественностью. База данных: Режим доступа: <http://studentam.net/content/category/1/48/57/>

Перечень БД и ИСС

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Лицензионное программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows XP,7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR: 4, Acrobat Professional 9

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

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

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

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

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

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

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей.

Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

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

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

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

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

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

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Материально-техническое обеспечение всех занятий: компьютер с проектором, выход в интернет.

Практическое занятие № 1

Тема «Общественное мнение как инструмент управления»

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность общественного мнения как комплекса представлений и отношений.
2. Основные характеристики общественного мнения.
3. Роль общественного мнения в жизни современного российского общества.
4. Общественное мнение как инструмент социальной самоорганизации общества на бытовом уровне.
5. Сущность и факторы формирования общественного мнения.
6. Соотношение терминов “информация” и “пропаганда” в теории общественного мнения. Способы формирования общественного мнения посредством целенаправленных воздействий на аудиторию СМИ.

Практические задания – ответы на вопросы.

Доклад-презентация

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 2

Тема «Правовые основы взаимодействия со СМИ»

Вопросы для обсуждения:

1. Информационная сфера как объект правового регулирования. Федеральное законодательство в области СМИ и доступа к информации.
2. Свобода массовой информации. Защита информации.
3. Права и обязанности сотрудника PR-службы и сотрудника СМИ.
4. Этические регуляторы деятельности СМИ.
5. Возможности и пределы корпоративного вмешательства в деятельность СМИ.

Практические задания – ответы на вопросы.

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 3, 4

Тема «Общее представление о деятельности пресс- и PR-служб»

Вопросы для обсуждения:

1. Место PR- и пресс-служб в структуре организации.
2. Должностные обязанности и должностные инструкции.
3. Положение об учреждении пресс- или PR-службы.

Практические задания – ответы на вопросы, тест.

Развернутая беседа

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 5, 6, 7

Тема «Специфика работы PR-службы»

Вопросы для обсуждения:

1. Направления деятельности сотрудников пресс- или PR-службы.
2. Зона ответственности и виды задач в связи с особенностями структурной организации службы по связям с общественностью.
3. Специфика деятельности в коммерческих организациях, общественных организациях, государственных структурах.

Практические задания – ответы на вопросы, Работа по микрогруппам

Анализ ситуаций (рекламных кейсов).

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. —

- (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
 3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 8, 9, 10, 11, 12

Тема «Система жанров в области PR»

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ специфики существующих в сфере связей с общественностью жанров.
2. Создание информационных продуктов в соответствии с жанровыми границами.
3. Пресс-релизы, информационные сообщения для сайта
4. Биография руководителя и база данных о сотрудниках организации.
5. Бэкграундер.
6. Пресс-кит, медиа-кит, медиакарта.

Практические задания – ответы на вопросы, Развернутая беседа с обсуждением доклада

Работа по микрогруппам, выполнение творческого задания

Тренинг

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>

3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. — Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 13, 14, 15

Тема Формы взаимодействия PR-служб с мультимедийными журналистами

1. Аккредитация журналистов.
2. Проведение специальных мероприятий.
3. Пресс-конференции, брифинги, выходы к СМИ, интервью, конференции, круглые столы, дни открытых дверей, спонсорство, проведение профессиональных конкурсов, пресс-туров.

Практические задания – ответы на вопросы, Составление компендиума

Доклад-презентация

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 16, 17, 18, 19, 20

Тема «Организация специальных мероприятий»

Вопросы для обсуждения:

1. Подготовка и проведение в рамках деловых игр мероприятий заданной жанровой специфики.
2. Подготовка предварительных и пост-материалов.

Практические задания – дискуссия, написание эссе, анализ ситуаций (кейсов).

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>

3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 21, 22

Тема «Управление кризисными и конфликтными ситуациями»

Вопросы для обсуждения:

1. Работа сотрудников пресс- и PR-служб в экстремальных и конфликтных ситуациях.
2. Формы информационной агрессии. Причины информационной агрессии. Потенциальные источники информационной агрессии.

Практические задания – ответы на вопросы, тест.

Доклады-презентация

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Режим работы: <https://znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. :

ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 23, 24, 25

Тема «Мониторинг и анализ формирующегося медиаобраза»

Вопросы для обсуждения:

1. Общее понятие о медиаобразе, имидже, репутации.
2. Сбор и анализ материала.
3. Создание управляемого информационного потока для корректировки медийного образа.

Практические задания – ответы на вопросы, дискуссия.

Доклад-презентация

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – Режим работы: <https://znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/766813>

Практическое занятие № 26, 27, 28

Тема «Информационная политика компании, планирование работы PR-службы, Разработка информационной стратегии компании»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «информационная политика».
2. Субъекты (участники) информационной политики.
3. Технологии разработки и реализации информационной политики.
4. Определение целевых аудиторий.
5. Установление главных целей.
6. Определение кампании. Типы кампаний. Подготовка кампании. Проведение кампании. Анализ результатов кампании.

Практические задания – ответы на вопросы, дискуссия.

Доклад-презентация

Список литературы:

Основная

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453403>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник:ИНФРА-М, 2017. — 238 с. - ISBN 978-5-16-102921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/795805>

Дополнительная

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – Режим работы: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Доклад

Доклад является одной из форм исследовательской работы студентов, также формой текущей аттестации студентов.

Задачей подготовки доклада является:

- Развитие умения отбора и систематизации материала по заданной теме;
- Формирование умения представления своей работы в аудитории.

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

- Составление плана работы.
- Подбор литературы по выбранной теме.
- Написание содержательной части доклада.
- Подготовка выводов по проделанной работе.

Объем работы должен составлять не более 10 страниц, 14 шрифт TimesNewRoman, через 1,5 интервала.

Оформление работы:

Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

Заключение (должны быть сформулированы общие выводы по основной теме, отражено собственное отношение к проблемной ситуации).

Список использованной литературы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Взаимодействие служб по связям с общественностью и мультимедийного журналиста» реализуется на факультете журналистики кафедрой журналистики

Цель курса – формирование целостного представления о специфике современной PR-деятельности в рамках одного из типов служб по связям с общественностью.

Изучение предмета предполагает решение следующих задач:

- формирование у студентов необходимого терминологического аппарата;
- знакомство с правовыми основами деятельности в сфере PR в Российской Федерации;
- определение совокупности задач и функций сотрудников по связям с общественностью;
- систематизация знаний о типах каналов коммуникации и определение специфике использования коммуникационных каналов в PR-деятельности;
- формирование представления о жанровой системе в области связей с общественностью и навыка создания текстов заданной структуры;
- формирование у студентов представлений о возможностях оценки эффективности работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- знакомство с жанровой системой мероприятий в сфере PR.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК – 1: способность выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа.

Знать: критерии отбора информации в СМИ, критерии, по которым определяется актуальность темы.

Уметь: определять актуальность темы, выявлять проблему, имеющую общественную значимость.

Владеть: методами сбора информации, ее проверки и анализа.

ПК – 4: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Знать: нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования, принятые в СМИ разных типов; жанровую палитру журналистики, специфику аналитической журналистики, нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования, принятые в СМИ разных типов.

Уметь: анализировать и оценивать журналистские и публицистические материалы СМИ, свои журналистские материалы, с точки зрения их соответствия с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

Владеть: способностью редактировать журналистские и публицистические материалы, в том числе свои собственные, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	17.05.2017 г.	№6
2	Приложение №1		
3	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	14.05.2018г.	№5/1
4	Приложение №2		
5	Приложение № 3	31.08.2020 г.	№10

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2017 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
6	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
7	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
8	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч., 18 ч. – промежуточная аттестация.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семест	Виды учебной работы (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости,
			контактная	○	

			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные	Промежуточная аттестация		форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1	Общественное мнение как инструмент управления. Формирование общественного мнения: формы, принципы, цели.	8			2			2	Дискуссия
2	Правовые основы взаимодействия со СМИ	8			2			8	Дискуссия Анализ ситуаций
3	Общее представление о деятельности пресс- и PR-служб: цели, структура, должностные обязанности сотрудников.	8			4			8	Дискуссия Деловая игра «Организация PR-службы»
4	Специфика работы PR-службы	8			4			2	
5	Система жанров в области PR	8			6			6	Тестирование
6	Формы взаимодействия PR-служб с мультимедийными журналистами	8			6			4	Дискуссия
7	Организация специальных мероприятий	8			6			2	
8	Управление кризисными и конфликтными ситуациями	5			4			4	
9	Мониторинг и анализ формирующегося медиаобраза	8			4			8	Дискуссия
10	Информационная политика компании, планирование работы PR-службы, Разработка	8			4			4	Доклады с презентациями

	информационной стратегии компании.							
	Промежуточная аттестация экзамен					18		Итоговая контрольная работа
	ИТОГО:			42		18	48	108

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

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

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

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

7	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
8	Zoom	Zoom	лицензионное