Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.02.2024 15:22:45
Уникальный программный ключ:
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики
«Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры,
по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Минкультуры Чувашии
_____Илларионова Л.В.
«30» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.02.03

Теория и практика связей с общественностью

Б1.В.02 Организационно-управленческий модуль

Направление подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль)
Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Чебоксары
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. № 1179 и ОПОП ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 5 курса заочной формы обучения направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленность (профиль) Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ.

Программа одобрена на заседании кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин от 27 июня 2023 года, протокол № 11.

Подписи:

Автор Э.В. Фомин

Заведующий кафедрой гуманитарных
и социально-экономических дисциплин Э.В. Фомин

Содержание

1. Цель и задачи дисциплины 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3. Требования к результатам освоения дисциплины 4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы 8
5. Содержание дисциплины 8
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий 8
5.2. Содержание разделов дисциплины 8
5.3. Тематика практических занятий 12
5.4. Самостоятельная работа студентов 12
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции 13
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся 13
6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине 14
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся 14
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра 15
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 15
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 16
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины 17

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»является освоение специальных знаний, умений и навыков в области теории и практики связей с общественностью, получение знаний по формированию и овладению комплексом коммуникативных технологий.

Задачи:

– проследить эволюцию и развитие форм и методов PR, адекватных определенных её парадигмам;

– изучить теоретические основы общей, частной и отраслевой методики PR;

– овладеть практическими и умственными навыками разработки и реализации PR проектов и программ;

– рассмотреть технологические особенности отдельных областей PR;

– изучить приёмы и способы эффективного использования средств эмоционального воздействия в различных организационно-методических формах PR;

– освоить принципы и методы PR в различных социокультурных ситуациях, ориентированных на различные слои и группы населения.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» является дисциплиной организационно-управленческого модуля, части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленности (профиля) Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ, заочной формы обучения (Б1.В.02.03 Теория и практика связей с общественностью). Изучается в 9 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Подготовка и продюсирование в сфере культурно-досуговых программ, Теория и история социально-культурной деятельности, Менеджмент социально-культурной деятельности.

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин: Основы культурной политики Российской Федерации (УК-9, УК-10, ОПК-4, ПКО-5), Маркетинг социально-культурной деятельности (УК-9, УК-10, ОПК-2, ПКО-4, ПКО-5), Социально-культурная работа за рубежом (ОПК-1, ПКО-5).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение данной дисциплины нацелено на освоение следующих образовательных результатов (ОР):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический *знает*	модельный *умеет*	практический *владеет*
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) ИУК-1.1. Выбирает источники информации, адекватные поставленным задачам	основы системного подхода, методов поиска, анализа и синтеза информации. основные виды источников информации; основные теоретико-методологические положения философии, социологии, культурологи, экономики; особенности методологии концептуальных	осуществлять поиск, анализ, синтез информации для решения поставленных экономических задач в сфере культуры; использовать философский понятийно-категориальный аппарат, основные философские принципы в ходе анализа и оценки социальных проблем и процессов, тенденций, фактов,	навыками системного применения методов поиска, сбора, анализа и синтеза информации; навыками внутренней и внешней критики различных видов источников информации; способностью анализировать и синтезировать информацию, связанную с проблемами современного общества, а также

и соответствующие научному мировоззрению. ИУК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи. ИУК-1.3. Выявляет степень доказательности различных точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения.	подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории; основные методы научного исследования	явлений; анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным социальным ифилософским проблемам;обосновывать и адекватнооценивать современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода; самостоятельно анализировать общенаучные тенденции и направления развития социогуманитарных наук в условиях информационного общества; самостоятельно анализировать культурологическую, естественнонаучную, историческую, психологопедагогическую информацию; определять ценностные свойства различных видов источников информации; оценивать и прогнозировать последствия своей научной и профессиональной деятельности; сопоставлять различные точки зрения на многообразие явлений и событий, аргументировано обосновывать своё мнение	природой и технологиями формирования основ личностного мировоззрения; методологией и методикой проведения социологического исследования; методологией и методикой изучения наиболее значимых фактов, явлений, процессов в социогуманитарной сфере
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4) ИУК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного	основы деловой коммуникации, особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); основные типы норм современного русского литературного языка; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения; правила делового этикета и приемы	осуществлять деловые коммуникации, в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач; выявлять и устранять собственные речевые ошибки; строить выступление в соответствии с замыслом речи, свободно держаться перед аудиторией,	навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; иностранным(ми) языком(ами) для реализации профессиональной деятельности и в ситуациях повседневного общения

общения на государственном языке РФ и иностранном языке. ИУК-4.2. Демонстрирует умение вести деловые отношения на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей. ИУК-4.3. Находит, воспринимает и использует информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач. ИУК-4.4. Создает на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты реферативного характера.	совершенствования голосоречевой техники; основные механизмы и методы формирования имиджа делового человека	осуществлять обратную связь с нею; анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни	
Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5) ИУК-5.1. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском	основы и принципы межкультурного взаимодействия в зависимости от социально-исторического, этического и философского контекста развития общества; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии, основные понятия истории, культурологии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, основные подходы к изучению культурных явлений; роль науки в развитии цивилизации, взаимодействие науки и техники и связанные с ними современные социальные и этические проблемы	определять и применять способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания	навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; навыками самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации

контекстах. ИУК-5.2. Выстраивает взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.			
Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6) ИУК-6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели. ИУК-6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования.	сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития	выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни	навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях
Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10) ИУК-10.1. Определяет признаки и формы коррупционного поведения. ИУК-10.2. Выявляет и оценивает коррупционное поведение. ИУК-10.3. Демонстрирует навыки определения деятельности по выявлению, оценки, предупреждению, пресечению и противодействию коррупционного поведения.	признаки и формы коррупционного поведения; виды, содержание и механизмы деятельности по выявлению, оценки, предупреждению пресечению и противодействию коррупционного поведения	определять, выявлять и оценивать факторы, создающие возможности совершения коррупционных действий и (или) принятия коррупционных решений; определять перечень мер, направленных на предупреждение, профилактику, пресечение и противодействие коррупционных правонарушений.	навыками определения, выявления и оценки признаков коррупционного поведения; навыками определения основных направлений, организационно правовых видов и форм выявления, оценки, предупреждения, пресечения и предотвращения коррупционного поведения.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Контроль, ч.	Самостоятельная работа, ч.	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, ч.	Практические занятия, ч.			
	Трудоемкость						
	Зачетные единицы	Часы					
9	2	72	2	6	4	60	зачет
Итого	2	72	2	6	4	60	зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ раздела	Наименование раздела	Всего, ч.	Количество часов по формам организации обучения			
			Лекционные занятия	Практические занятия	Контроль	Самостоятельная работа
1	Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	14	2	–	–	12
2	Практика PR в бизнесе	18	–	2	–	16
3	Отношения с внутренним окружением	18	–	2	–	16
4	Отношения с внешним окружением	22	–	2	4	16
Итого		72	2	6	4	60

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Связи с общественностью: основные понятия и тенденции

Связи с общественностью как одна из функций менеджмента организации. Предмет, методы и задачи связей с общественностью. Цели ведения PR-деятельности. Направления и сферы деятельности PR. Продукты и услуги деятельности PR. Соотношение понятий «связи с общественностью», «пропаганда», «реклама», «журналистика», «научно-информационная деятельность». Роль и место связей с общественностью в менеджменте, маркетинге, социологии, журналистике, психологии, политологии, этике, информатике и других науках. Значение связей с общественностью для социально-экономического развития общества. Особенности реализации связей с общественностью в промышленно-финансовых сферах. Использование связей с общественностью в общественно-политической сфере. PR в политической сфере. Зарубежные политические технологии. Интерпретация зарубежного опыта в РФ. Благотворительная деятельность. Участие PR в социально-экономическом преобразовании общества. Поддержка деловой сферы и предпринимательства. Реализация отдельных проектов и широкомасштабных программ. Становление PR как области знаний и сферы деятельности. Элементы PR-деятельности до XX века. Предпосылки возникновения связей с общественностью. Связи с общественностью в период античности. Правовые и эстетические нормы в связях с общественностью. Требования к PR-специалистам. Подготовка PR-специалистов в России и за рубежом. Система служб и специализированных агентств PR в РФ. Деятельность Управления по связям с общественностью Администрации Президента РФ. Особенности работы центров общественных связей федеральных министерств и местных органов управления. Деятельность центров общественных связей в коммерческих организациях. Основные направления деятельности отделов по связям с общественностью

коммерческих банков РФ. Роль Ассоциации российских банков в развитии отделов PR в коммерческих банках. Политический маркетинг: определение, концептуальные основы. Политический маркетинг в зарубежной и российской электоральной практике. Деятельность специализированных служб PR. Специализированные службы PR на рынке политических услуг. Деятельность Ассоциации центров политического консультирования. Характеристика деятельности Российской Ассоциация по связям с общественностью. Международное сотрудничество в области PR: деятельность международных организаций. Международная Ассоциация PR. Европейская Конфедерация паблик рилейшнз. Общественность и общественное мнение. Определение терминов «общественность» и «общественное мнение». Открытая и закрытая общественность. Общественность как носитель массового сознания и субъект общественного мнения. Определение и содержание термина «целевая группа». Основные целевые группы организации. Психологическая модель целевой группы. Технологии моделирования. Роль общественного мнения в поведенческом процессе. Общественное мнение: определение, характеристики, функции. Особенности общественного мнения. Влияние отдельных факторов на отношение человека к определенному событию и факту: личных, культурных, образовательных, семейных, социальных, этнических. Типы отношений: положительные, отрицательные, нейтральные. Влияние на общественное мнение как изменение отношений в обществе. Технологии исследований общественного мнения. Службы, занимающиеся изучением общественного мнения в РФ.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

Раздел 2. Практика PR в бизнесе

Связи с общественностью в менеджменте. Разработка стратегии эффективности организации. Требования к стратегии. Формирование корпоративной культуры. Составляющие компоненты организационной культуры. Роль связей с общественностью в создании социально-психологического климата в коллективе. Этика лидерства в организации. Внутрифирменные коммуникации. Инструменты PR в формировании эффективных внутрифирменных коммуникаций. Public relations в маркетинге. Концепция социально-этического маркетинга. Пять элементов маркетингового комплекса: product, price, promotion, place, public relations. Отличительные особенности продвижения продаж и public relations. Маркетинговые коммуникации: определение и сущность. Основные средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, продвижение продаж и PR.

Интерактивные формы: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

Раздел 3. Отношение с внутренним окружением

Коммуникации: основные понятия. Коммуникации: определение, сущность. Модель коммуникации: S - M - R. Функции PR в современных коммуникациях. Виды сообщений: публичная речь, пресс-релиз (ньюз-релиз), сообщения в периодических изданиях. Компоненты сообщения: собственно содержание сообщения, средства передачи сообщений (канал), личность, делающая сообщение. Декодированное сообщение. Виды коммуникаций: внутренние и внешние, горизонтальные и вертикальные, вербальные и невербальные. Вербальные и невербальные коммуникации в PR. Вербальные коммуникации: определение, значение в современной предпринимательской деятельности. Публичные выступления. Этапы подготовки публичного выступления: постановка цели, оценка состава аудитории, составление конспекта. Отличия текстов «для глаз» и «для уха». Правила составления текстовых материалов. Простота предложений. Ритм текста. Фогиндекс (Fog-Index) - показатель читабельности текста. Длина параграфов. Убедительность текста. Естественность стиля. Возможности, предоставляемые Microsoft Word, для составления текстовых материалов. Невербальные коммуникации: определение, значение в современном бизнесе. Отношения с сотрудниками фирмы. Рост значимости коммуникаций с сотрудниками фирмы на современном этапе. Причины роста значимости внутриорганизационных коммуникаций. Формирование корпоративной культуры фирмы средствами PR. Принципы современных

коммуникаций с сотрудниками. Средства внутриорганизационных коммуникаций: листки новостей, управленческие публикации, ежегодные отчеты для сотрудников, книги-летописи становления и функционирования организации, доски объявлений, внутреннее видео. Интернет как средство внутриорганизационных коммуникаций. Прямые коммуникации с руководителями организации. Слухи как средство коммуникации.

Интерактивные формы: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

Раздел 4. Отношения с внешним окружением

Отношения с государством и местной общественностью. Задачи специалистов по отношениям с государством. Лоббирование интересов фирмы в государственных структурах. Правила работы лоббистов. Правовые основы лоббирования. Особенности работы служб PR с местными органами государственного управления и местной общественностью. Отношения с инвесторами. Основные группы финансового сообщества: инвестиционные аналитики, институциональные и частные инвесторы, финансовые журналисты. Основные задачи деятельности специалистов по отношениям с инвесторами. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами. Создание программы отношений с инвесторами. Основные элементы программы коммуникаций с финансовой общественностью: цели, стратегия достижения коммуникаций, календарь финансовых коммуникаций. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации: годовые отчеты, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций (брошюры, видеоотчеты и др.). Отношения со средствами массовой информации. Массовые коммуникации как важный социальный и политический институт современного общества. Массовые коммуникации: определение, функции. Определение термина «СМИ». Интернет как средство массовой коммуникации. Значение информационных агентств в экономической жизни РФ. Особенности работы российских информационных агентств. Характеристика информации, предоставляемой московскими бюро иностранных информационных агентств. Российские периодические печатные издания как средства массовой информации. Радио и телевидение как средства коммуникаций в современном мире: характеристика основных российских и иностранных телерадиокомпаний. Принципы работы служб PR со СМИ. Мониторинг СМИ. Деятельность пресс-клипинг бюро. Контент-анализ на службе PR. Использование компьютерного анализа для выявления позитивных и негативных упоминаний об организации. Особенности контент-анализа на примере газеты «Деловой мир». Организация работы с прессой. Основные функции сотрудника, ответственного за связи с прессой. Сферы ответственности пресс-службы организации. Система пресс-центров и пресс-служб в РФ. Технология подготовки и рассылки материалов для прессы: бэкграундеры, ньюз или пресс-релиз, медиа-кит, кейс-история, авторские статьи, обзорные статьи, факт-листы, биографии, заявления и др. Создание и ведение баз данных как основа для системной работы с прессой. Возможности использования внешних электронных баз данных. Технология подготовки и проведения пресс-конференций. Видеоконференции. Письма редактору как способ оповещения общественности о позиции организации. Современные информационные технологии на службе PR, Возможности использования Интернет в PR-деятельности. Отношения с потребителями. Цели отношений с потребителями. Содержание работы по налаживанию связей с потребителями: работа с претензиями и рекламациями, разработка методик оценки услуг и продуктов, разработка программ реализации потребностей покупателей и увеличения продаж, разработка программ по оценке эффективности работы компании с потребителями и некоторые др. Особенности обеспечения и поддержки запуска нового продукта потребительского назначения средствами PR. Закон о защите прав потребителей РФ. Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Паблисити: определение, соотношение понятий «паблисити» и «имидж». Определение термина «имидж фирмы». Имидж как один из основных продуктов PR-деятельности. Создание концепции и модели имиджа фирмы. Возможности использования компьютерных технологий для апробации выбранной модели имиджа фирмы. Понятие организационной

(корпоративной) идентичности. Составные части корпоративной идентичности: система названий, символов, знаков, логотипа, цветов, мифов, ритуалов. Взаимосвязь корпоративной идентичности с миссией организации, структурой бизнеса и притязаниями компании. Имидж фирмы с позиции системного анализа. Внутренние и внешние переменные имиджа фирмы. Внутренние имиджесоставляющие: конкурентная работа фирмы, имидж продуктов и услуг, имидж сотрудников и руководителей фирмы. Благотворительность, меценатство, спонсорство как важные составляющие имиджа организации в цивилизованном обществе. Внешние переменные, влияющие на имидж фирмы: политическая, экономическая, правовая стабильность. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в фирме. Наиболее известные методики оценки эффективности имиджа организации. Методики составления имиджевого рейтинга исследовательской группы TOP CONTENT, исследовательского центра V-Ratio, журнала "Эксперт". Психологические технологии как средство формирования имиджа организации. Управление процессом формирования имиджа организации. Организация специальных мероприятий по формированию положительного имиджа фирмы. Церемонии открытия (нового бизнеса, становления новой услуги компании): цели, технология подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Возможный сценарий мероприятий. Конференции: основные 16 виды, этапы проведения. Подготовка организаторами конференции медиа-кит для журналистов. Организация дней открытых дверей, «круглых столов». Сценарий проведения мероприятия. PR-кампании: цели, этапы подготовки и проведения. Выбор оптимального бюджета PR-кампании. Оценка эффективности. Выставки. Цели экспозиционной деятельности фирмы. Цели посетителей выставки. Принятие решения об экспозиционировании. Организация участия в выставке. Количественная оценка экспозиционирования: индикаторы качества публики, активность аудитории, индикаторы эффективности экспозиции. Причины неудачных экспозиций. Деловая игра: Технологии подготовки и проведения эффективных презентаций. PR: управление кризисом и возможностями. Понятие кризисного менеджмента. Цели кризисного менеджмента. События, являющиеся для организации кризисом. Кризис и его угроза как основа для организационных изменений и инноваций. Этапы процесса управления кризисом. Подготовка к кризису и его начало. Проблемы, характерные для разрешения кризиса. Роль коммуникации в кризисной ситуации. Рекомендации по успешному преодолению кризиса. Управление PR-деятельностью. Организация деятельности PR в фирме. Реализация функции PR высшими управляющими: финансовым директором, директором по персоналу, директором по маркетингу. Самостоятельная PR-служба организации. Планирование PR. Стратегический поход к планированию PR. Бюджет PR. PR в мультикультурной среде. Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций: глобализация бизнеса, рост взаимозависимости различных регионов мира, сокращение пространства и времени средствами современных информационных технологий, разрушение коммунистического лагеря в Восточной Европе. Уровни деловой культуры: национальный, региональный, глобальный. Культурные различия: критерии, содержание и значение в PR, Использование структурной модели для описания и оценки культурных различий. Особенности Западной и Восточной деловых культур.

Интерактивные формы: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	Практическое занятие не предусмотрено	–
Практика PR в бизнесе	Рассматриваемые вопросы: 1. Связи с общественностью в менеджменте. 2. Организационная культура. 3. Внутрифирменные коммуникации. 4. PR в маркетинге. 5. Коммуникации: характеристика, модели, сущность. 6. Функции PR в современных коммуникациях. 7. Вербальные и невербальные коммуникации.	2
Отношения с внутренним окружением	Рассматриваемые вопросы: 1. Значимость коммуникаций с сотрудниками фирмы на современном этапе. 2. Формирование корпоративной культуры фирмы средствами PR. 3. Принципы коммуникаций с сотрудниками. 4. Средства внутриорганизационных коммуникаций: виды, характеристика, оценка эффективности. 5. Интернет как средство внутриорганизационных коммуникаций. 6. Прямые коммуникации с руководителем: роль и виды. 7. Слухи как средство коммуникации. 8. Управление PR-деятельностью.	2
Отношения с внешним окружением	Рассматриваемые вопросы: 1. Отношения с государством и местной общественностью. 2. Отношения с инвесторами. 3. Отношения со СМИ. 4. Отношения с потребителями. 5. Имидж и репутация как факторы стратегического успеха фирмы. 6. Связи с общественностью в мультикультурной среде.	2
Итого		6

5.4. Самостоятельная работа студентов

№	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час)	Формы контроля
		обязательные	дополнительные		
1.	Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический лекционный материал, сформировать модель методологических основ процесса связей с общественностью	12	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
2.	Практика PR в бизнесе	изучение материалов практических занятий и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический материал, разработать таблицу методов PR в бизнесе	16	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
3.	Отношения с внутренним окружением	изучение материалов практических занятий и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический материал, провести сравнительный анализ используемых в бизнес среде методов связей с общественностью с выделением общего и особенного	16	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
4.	Отношения с внешним окружением	изучение материалов практических занятий и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический материал, разработать таблицу методов PR с внешней средой.	20	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
Итого				64	

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения практических заданий по дисциплине.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

– подготовки к устным докладам (мини-выступлениям) с презентациями;
– изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним.

Содержание и порядок выступлений, обучающихся на практических занятиях

Каждый студент самостоятельно или в группе готовит учебную мультимедийную презентацию к практическому занятию, выбрав тот или иной из предложенных вопросов и ориентируясь на особенности составления мультимедийных презентаций о системе информационно-коммуникационных видов деятельности.

а) структура мультимедийной презентации:

– титульный лист;
– содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;
– система самоконтроля и самопроверки;
– словарь терминов;
– использованные источники с краткой аннотацией.

б) требования к мультимедийной презентации:

– объем – не менее 10 слайдов;
– шрифт текста – не менее 16 пт.;
– текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации.

в) требования к выступлению:

– время выступления – не более 10 минут;
– не следует помещать весь текст выступления на слайдах презентации (они должны иллюстрировать презентуемую информацию);
– выступающий должен демонстрировать свободу и глубину владения представляемым материалом; умение уверенно излагать его языком, доступным для понимания.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции

6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Контрольная работа № 1, 2	Контрольная работа выполняется в форме тестирования по теоретическим вопросам курса.	Задания для выполнения итоговой работы.
2.	Выступление с презентацией	В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, студент готовится к каждому практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса внутри темы. Студент может осуществлять подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с презентациями на практических занятиях).

		разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению. На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 10 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.	
3.	Реферат	Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа. В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.	Примерные темы рефератов
4.	Зачет в форме устного собеседования	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» – практико-ориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к зачету.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных в течение семестра баллов.

6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине
9 семестр

№	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1.	Посещение лекций	1	1
2.	Посещение практических занятий	1	3
3.	Работа на практических занятиях	164	164
4.	Зачет	32	32
Итого	2 зачетные единицы		200

6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестр		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачет
9 семестр	Разбалловка по видам работ	1×1=1 балл	3×1=3 балла	164 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	1 балл max	3 балла max	164 балла max	32 балла max
Итого					200 баллов

6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕ (9 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	2 ЗЕ
«зачтено»	более 100
«не зачтено»	100 и менее

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2023. – 337 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/511939.

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Юрайт, 2023. – 263 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/510852.

Дополнительная литература

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие / О. А. Бударина. – Москва : Юрайт, 2023. – 126 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/519872. – ISBN 978-5-534-14076-7.

2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник / М. Р. Душкина. – Москва : Юрайт, 2023. – 259 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/519037. – ISBN 978-5-534-12786-7.

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 197 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/514357. – ISBN 978-5-534-08991-2.

4. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. – Москва : Юрайт, 2023. – 393 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/510921. – ISBN 978-5-534-00765-7.

5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие / А. А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 109 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/515470. – ISBN 978-5-534-09415-2.

6. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под ред. М. М. Васильевой. – Москва : Юрайт, 2023. – 286 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/520580. – ISBN 978-5-534-15699-7.

7. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2023. – 552 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/510610. – ISBN 978-5-534-14843-5.

8. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум / М. В. Воронцова, Т. В. Бюндюгова, В. Е. Макаров [и др.] ; под ред. М. В. Воронцовой. – Москва : Юрайт, 2023. – 251 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/519367.

9. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : практикум / А. Н. Чумиков. – Москва : Юрайт, 2023. – 173 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/516258. – ISBN 978-5-534-06706-4.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы

№	Наименование дисциплины	Ссылка на информационныйресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	Теория и практика связей с общественностью	https://elibrary.ru – научная электронная библиотека; https://e.lanbook.com – электронно-библиотечная система «Лань»; https://rucont.ru – электронно-библиотечная система «Руконт» https://biblio-online.ru – электронная библиотека «Юрайт»; http://www.raco.ru –Российская ассоциация по связям с общественностью; https://apso.susu.ru/ – Ассоциация преподавателей по связям с общественностью		Свободный доступ

Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1.	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/)	договор №198/12 от 05.12.2022 г. договор ВКР 03/02-2023 от 03.02.2023 г.	с 15.02.2023 по 14.02.2024	100%
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://biblioclub.ru)	договор №170-12/2022 от 07.12.2022 г.	с 11.03.2023 по 10.03.2024	100%
3.	ЭБС Юрайт (https://urait.ru)	договор №197/12 от 05.12.2022 г.	с 01.03.2023 по 28.02.2024	100%

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости студент может обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к **практическим занятиям.**

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников, научно-популярных программ). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Подготовка к практическому занятию должна включать в себя:

1) подбор литературы по выбранной теме;
2) классификацию материала;
3) разработку выбранной самим студентом интерактивной формы работы;
4) подготовку к самостоятельному изложению материала на занятии.

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, необходимо:

1) подобрать и изучить литературу по теме, а также дополнительный материал;
2) законспектировать основные положения;
3) подготовить презентацию;
4) подготовиться к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оценивается в баллах в соответствии с балльно-рейтинговой системой.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья
Теория и практика связей с общественностью	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, занятий семинарского типа (практические занятия), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (205)	Столы ученические – 18 шт., стол офисный –1, стулья ученические –36 шт., стул мягкий – 1 шт., доска магнитно-маркерная – 1 шт., кафедра – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет – 1 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, телевизор – 1 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата – приспособлено частично

	Помещение для самостоятельной работы (103)	Персональные компьютеры с выходом в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 6 шт., переносной проектор – 1 шт., наглядные пособия, столы ученические – 20 шт., стулья ученические – 40 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* Для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата – приспособлено частично

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль): Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ

Дисциплина: Теория и практика связей с общественностью

Форма обучения: заочная

Учебный год: 2023-2024

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 11 от «27» июня 2023 г.

Ответственный исполнитель:

заведующий кафедрой ГСЭД		Фомин Э.В.	30.06.2023
должность	подпись	расшифровка подписи	дата

Исполнитель:

доцент каф. ГСЭД		Фомин Э.В.	30.06.2023
должность	подпись	расшифровка подписи	дата

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой социально-культурной и библиотечной деятельности		Андреев Г.И.	30.06.2023
наименование кафедры	*личная подпись*	*расшифровка подписи*	*дата*
И.о. декана факультета культуры		Илларионова Л.В.	30.06.2023
наименование факультета	*личная подпись*	*расшифровка подписи*	*дата*
Заведующая научной библиотекой		Илларионова О.В.	30.06.2023
	личная подпись	*расшифровка подписи*	*дата*
Представитель УМО		Федорова Н.К.	30.06.2023
	личная подпись	*расшифровка подписи*	*дата*

Лист регистрации изменений

Номера страниц				Номер и дата документа об изменении	Должностное лицо, вводившее изменения		Дата ввода изменений	Срок введения изменения
изменен-ных	заменен-ных	новых	аннули-рованных		Ф.И.О., долж-ность	под-пись		