

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2024 14:28:48
Уникальный программный код:
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»

Министерства культуры Чувашии

Илларионова Л.В.

«26» июня 2024 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

Очная

Чебоксары

2024 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.

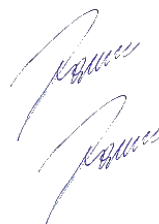
Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 3 курса очной формы обучения направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленность (профиль) Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ.

Программа одобрена на заседании кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин от 25 июня 2024 года, протокол № 14.

Подписи:

Автор

Заведующий кафедрой гуманитарных
и социально-экономических дисциплин



Э.В. Фомин

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.....	13
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции.....	14
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся.....	14
6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине.....	15
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся.....	15
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)	17
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	18

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, очной формы обучения (Б1.В.02.03 Теория и практика связей с общественностью). Изучается в 5 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Теория и история 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), Подготовка и продюсирование в сфере культурно-досуговых программ (УК-9, УК-10, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПКО-1, ПКО-2, ПКО-4, ПКО-5), Менеджмент социально-культурной деятельности (УК-9, ОПК-2, ПКО-4, ПКО-6), 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 <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1) ИУК-1.1. Выбирает источники информации,	основы системного подхода, методов поиска, анализа и синтеза информации. основные виды источников информации; основные теоретико-методологические положения философии, социологии, культурологи, экономики; особенности	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	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

<p>адекватные поставленным задачам 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.</p>	<p>методологии концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории; основные методы научного исследования</p>	<p>проблем и процессов, тенденций, фактов, явлений; анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным социальным и философским проблемам; обосновывать и адекватно оценивать 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</p>	<p>проблемами современного общества, а также 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</p>
<p>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</p>	<p>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;</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

<p>межличностного и межкультурного 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.</p>	<p>правила делового этикета и приемы совершенствования голосоречевой техники; основные механизмы и методы формирования имиджа делового человека</p>	<p>речи, свободно держаться перед аудиторией, осуществлять обратную связь с нею; анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни</p>	<p>ситуациях повседневного общения</p>
<p>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,</p>	<p>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</p>	<p>определять и применять способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания</p>	<p>навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; навыками самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации</p>

<p>этическом и философском контекстах. ИУК-5.2. Выстраивает взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.</p>			
<p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)</p> <p>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.</p>	<p>сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития</p>	<p>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</p>	<p>навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях</p>
<p>Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10)</p> <p>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.</p>	<p>признаки и формы коррупционного поведения; виды, содержание и механизмы деятельности по выявлению, оценки, предупреждению пресечению и противодействию коррупционного поведения</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Консультации	Самостоятельная работа, ч.	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, ч.	Практические занятия, ч.			
	Зачетные единицы	Часы					
5	2	72	12	20	–	40	зачет
Итого	2	72	12	20	–	40	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	Консультации	Самостоятельная работа
1	Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	14	2	4	–	8
2	Практика PR в бизнесе	16	2	4	–	10
3	Отношения с внутренним окружением	20	4	6	–	10
4	Отношения с внешним окружением	22	4	6	–	12
Итого		72	12	20	–	40

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 публич 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: лекция-беседа, 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 (нюз-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: лекция-беседа, 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, видеотчеты 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. Паблсити: определение, соотношение понятий «паблсити» 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 подход 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: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	Рассматриваемые вопросы: 1. Цели, направления и сфера деятельности PR. Продукты и услуги. 2. Значение связей с общественностью для социально-экономического развития общества. 3. Развитие PR как области знаний и сферы деятельности. История создания. Тренды и перспективы. 4. Система служб и специализированных агентств PR в Российской Федерации и за рубежом. 5. Общественность и общественное мнение. 6. Понятие целевой группы. 7. Технологии исследований общественного мнения.	4
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.	4
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.	6
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.	6
Итого		20

5.4. Самостоятельная работа студентов

№	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час)	Формы контроля
		обязательные	дополнительные		
1.	Связи с общественностью: основные понятия и тенденции	изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический лекционный материал, сформировать модель методологических основ процесса связей с общественностью	8	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
2.	Практика PR в бизнесе	изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический лекционный материал, разработать таблицу методов PR в бизнесе	10	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
3.	Отношения с внутренним окружением	изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический лекционный материал, провести сравнительный анализ используемых в бизнес среде методов связей с общественностью с выделением общего и особенного	10	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
4.	Отношения с внешним окружением	изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним	изучив теоретический лекционный материал, разработать таблицу методов PR с внешней средой.	12	Устный опрос, выступление с презентационным докладом
Итого				40	

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	<p>В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию.</p> <p>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 разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению.</p> <p>На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 10 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.</p>	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с презентациями на практических занятиях).
3.	Реферат	<p>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 сущности. 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 согласована с преподавателем.</p> <p>В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферированного произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.</p>	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 5 семестр

№	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1.	Посещение лекций	1	6
2.	Посещение практических занятий	1	10
3.	Работа на практических занятиях	152	152
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
5 семестр	Разбалловка по видам работ	6×1=6 баллов	10×1=10 баллов	152 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	6 баллов max	10 баллов max	152 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 (5 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 информационный ресурс	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 «Рукопт» 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 №74373/24 от 28.11.2023 г. договор ВКР17/01-2024 от 17.01.2024 г.	с 15.02.2024 по 14.02.2025	100%
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://biblioclub.ru)	договор №141-11/2023 от 24.11.2023 г.	с 11.03.2024 по 10.03.2025	100%
3.	ЭБС Юрайт (https://urait.ru)	договор №197/24 от 28.11.2023 г.	с 29.02.2024 по 28.02.2025	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 удастся 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 оцениваются 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 или лицами с ограниченными возможностями здоровья
Теория и практика связей с общественностью	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (116)	Магнитно-маркерная доска – 1 шт., лингафонные столы – 5 шт., столы ученические – 2 шт., стол офисный – 1 шт., наушники – 10 шт., стулья ученические – 14 шт., стул мягкий – 1 шт., ноутбук с выходом в «Интернет» – 1 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, магнитофон – 1 шт., специализированное программное обеспечение. 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: очная

Учебный год: 2024-2025

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 14 от «25» июня 2024 г.

Ответственный исполнитель:

заведующий кафедрой ГСЭД

должность

подпись

Фомин Э.В.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

Исполнитель:

доцент каф. ГСЭД

должность

подпись

Фомин Э.В.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой социально-культурной
и библиотечной деятельности

наименование кафедры

личная подпись

Андреев Г.И.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

И.о. декана факультета культуры

наименование факультета

личная подпись

Илларионова Л.В.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

Заведующая научной библиотекой

личная подпись

Илларионова О.В.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

Представитель УМО

личная подпись

Федорова Н.К.

расшифровка подписи

26.06.2024

дата

Лист регистрации изменений

Номера страниц				Номер и дата документа об изменении	Должностное лицо, введившее изменения		Дата ввода изменений	Срок введения изменения
измененных	замененных	новых	аннулированных		Ф.И.О., должность	подпись		