

2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по образовательной деятельности

А.А. Панфилов

« 11 » 09 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки: Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
8	4/144	18	27		99	зачет
Итого	4/144	18	27		99	зачет

# 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** освоения дисциплины «Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации» является изучение приемов работы с разными группами общественности в кризисной ситуации, теоретических основ, моделях и методах антикризисного управления на уровне предприятия, особенностях работы с общественным мнением в условиях кризиса, способствовать приобретению знаний и навыков по формированию антикризисной политики организации на микро- и макроуровне, по выходу этой организации из кризисной ситуации.

**Задачами** курса являются:

1. изучить приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации;
2. изучить основы антикризисного PR;
3. изучение и классификация целевых аудиторий;
4. изучить механизмы работы с целевыми аудиториями в кризисной ситуации;
5. разработка программ стабилизации общественного мнения в кризисной ситуации.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Особенности управления корпоративными отношениями», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Интернет-СМИ», «Методы политических исследований» и т.п.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	частичное	<b>Знать</b> механизмы работы с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. <b>Уметь</b> отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. <b>Владеть</b> способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ПК-22 Способен формулировать ключевые послания и сообщения	частичное	<b>Знать</b> структуру, особенности создания ключевых посланий и сообщений. <b>Уметь</b> формулировать ключевые послания и сообщения. <b>Владеть</b> способностью формулировать ключевые послания и сообщения.
ПК-23 Владеет методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании	частичное	<b>Знать</b> методы оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности <b>Уметь</b> оценивать результаты информационной, коммуникативно и PR-деятельности <b>Владеть</b> методиками оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа

№ п/п	Наименование тем/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Введение в дисциплину. Основные принципы «Антикризисного PR».	8	1-3	2	3		12	2,5/50%	
2	Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.	8	4-5	2	3		12	2,5/50%	
3	Команда экстренного реагирования. Кризисный план.	8	6-7	2	3		13	2,5/50%	Рейтинг-контроль № 1
4	Методы и приемы передачи сообщения в условиях кризиса.	8	8-9	2	3		12	2,5/50%	
5	Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.	8	10-11	2	3		12	2,5/50%	
6	Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации	8	12-13	3	4		13	3,5/50%	Рейтинг-контроль № 2
7	Работа с СМИ в кризисных ситуациях «Черный» и «белый» PR.	8	14-15	2	4		12	3/50%	
8	Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении. Инструменты PR в поле кризисного управления.	8	16-18	3	4		13	3,5/50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего									
Наличие в дисциплине КП/КР				18	27		99	22,5/50 %	зачет
Итого по дисциплине				18	27		99	22,5/50 %	зачет

#### Содержание лекционных занятий по дисциплине

**Тема № 1. Введение в дисциплину. Основные принципы «Антикризисного PR».**  
 Предмет и задачи дисциплины. Цели и задачи антикризисного PR. Понятие кризис, кризисной ситуации. Виды кризисов в организации. Особенности кризисной ситуации. Предпосылки возникновения. Особенности работы с внутренней и внешней средой организации.

Профилактика кризисной ситуации. Программа работы с общественным мнением в кризисной ситуации. Структура.

**Тема № 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.**

Классификация и виды кризисов в организации. Кризисы по причинам появления и развития кризиса. Кризисы по стадиям жизненного цикла организации. Кризисы по направлениям деятельности организации. Кризисы по стратегиям развития организации. По целям организации. Положительные и негативные стороны кризисной ситуации в организации.

**Тема № 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.**

Сущность, цели и задачи команды экстренного реагирования. Члены команды. Их функционал. Правила работы кризисной команды. Составление плана по выходу из кризисной ситуации, этапы, участники, целевая аудитория.

**Тема № 4. Методы и приемы передачи сообщения в условиях кризиса.**

Приемы работы с внутренней и внешней целевой аудиторией организации и определение способов передачи информации. Ключевая аудитория.

**Тема № 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.**

Объективные и субъективные характеристики аудитории. Социологические методы исследования аудитории СМИ. Взаимодействие аудитории с массовой информацией. Реакция аудитории на массовую информацию. Теория «магической пули».

**Тема № 6. Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации.**

Приемы работы с внутренней и внешней общественностью организации в кризисной ситуации.

**Тема № 7. Работа с СМИ в кризисных ситуациях «Черный» и «белый» PR.**

Правила и методы работы со СМИ. Принципы действия пресс-службы в кризисной ситуации. Деятельность PR-служба. PR-документы для работы со СМИ. Принципы работы «черного» и «белого» PR.

**Тема № 8. Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении.**

Программа работы с общественным мнением в кризисной ситуации. Структура. Стратегия развития организации во время преодоления кризиса. Антикризисная работа с внутренней и внешней аудиторией организации. Мониторинг. Ошибки, которые компании совершают при реагировании на кризис

**Тема № 9. Инструменты PR в поле кризисного управления.**

Репутация компании. Информированность о состоянии общественного мнения. Тренинги. Открытость и обеспечение информацией. Отечественная и зарубежная практика преодоления кризисов

### Содержание практических занятий по дисциплине

**Тема № 1. Введение в дисциплину. Основные принципы «Антикризисного PR».**

Предмет и задачи дисциплины. Цели и задачи антикризисного PR. Понятие кризис, кризисной ситуации. Виды кризисов в организации. Особенности кризисной ситуации. Предпосылки возникновения. Особенности работы с внутренней и внешней средой организации. Профилактика кризисной ситуации. Программа работы с общественным мнением в кризисной ситуации. Структура.

**Тема № 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.**

Классификация и виды кризисов в организации. Кризисы по причинам появления и развития кризиса. Кризисы по стадиям жизненного цикла организации. Кризисы по направлениям деятельности организации. Кризисы по стратегиям развития организации. По целям организации. Положительные и негативные стороны кризисной ситуации в организации.

**Тема № 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.**

Сущность, цели и задачи команды экстренного реагирования. Члены команды. Их функционал. Правила работы кризисной команды. Составление плана по выходу из кризисной ситуации, этапы, участники, целевая аудитория. Отечественная и зарубежная практика преодоления кризисов

**Тема № 4. Методы и приемы передачи сообщения в условиях кризиса.**

Приемы работы с внутренней и внешней целевой аудиторией организации и определение способов передачи информации. Ключевая аудитория. Отечественная и зарубежная практика преодоления кризисов

**Тема № 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.**

Объективные и субъективные характеристики аудитории. Социологические методы исследования аудитории СМИ. Взаимодействие аудитории с массовой информацией. Реакция аудитории на массовую информацию. Теория «магической пули».

**Тема № 6. Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации.**

Приемы работы с внутренней и внешней общественностью организации в кризисной ситуации.

**Тема № 7. Работа с СМИ в кризисных ситуациях Черный» и «белый» PR.**

Правила и методы работы со СМИ. Принципы действия пресс-службы в кризисной ситуации. Деятельность PR-служба. PR-документы для работы со СМИ. Принципы работы «черного» и «белого» PR.

**Тема № 8. Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении.**

Программа работы с общественным мнением в кризисной ситуации. Структура. Стратегия развития организации во время преодоления кризиса. Антикризисная работа с внутренней и внешней аудиторией организации. Мониторинг. Ошибки, которые компании совершают при реагировании на кризис

**Тема № 9. Инструменты PR в поле кризисного управления.**

Репутация компании. Информированность о состоянии общественного мнения. Тренинги. Открытость и обеспечение информацией. Отечественная и зарубежная практика преодоления кризисов

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (темы № 1-8);
- Групповая дискуссия (темы № 1-8);
- Тренинг ( тема № 6);
- Анализ ситуаций (тема № 8-9).

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

### Вопросы на рейтинг-контроль № 1

#### Тест

1. Кризис – это:
  - а) обострение противоречий в системе
  - б) обострение противоречий в системе, угрожающее ее жизнестойкости
  - в) крайнее обострение противоречий в системе, угрожающее ее жизнестойкости
  - г) крайнее обострение противоречий в системе, угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде
  - е) нет правильного ответа
2. Кризис является негативным явлением.
  - а) нет, так как – это не только разрушение, но и создание потенциальной возможности сбыта и перспективы выхода из него благодаря падению цен
  - б) да, так это разрушение привычной экономической среды
  - в) да так, кризис это явление, которое противоречит рыночной экономике

г) нет, так как во время кризиса – это «естественной отбор» в рыночной экономике

3. Фазы классического экономического цикла

- а) спад
- б) пик
- в) подъем
- г) депрессия
- д) кризис
- е) оживление

4. Функция антикризисного управляющего, заключающаяся в создании в коллективе благоприятного психологического климата, поддержание традиций и разрешение конфликтов:

- А) административная
- Б) лидирующая
- В) экспертно-инновационная
- Г) воспитательная

5. При обострении противоречий или столкновении интересов различных социальных групп или образований возникают:

- А) социальные кризисы
- Б) политические
- В) экономические
- Г) организационные.

6. Объектом антикризисного управления является:

- 1) средства производства;
- 2) рабочая сила;
- 3) организация производства, труда и управления;
- 4) финансы.

7. Основные принципы антикризисного управления (несколько правильных ответов):

- 1) принцип адекватности
- 2) единство целей управления на разных уровнях иерархии
- 3) системный подход к решению поставленных задач
- 4) принцип научности
- 5) принцип относительности
- 6) принцип оптимальности
- 7) целенаправленность
- 8) принцип методологичности.

8. В антикризисной программе должно быть отражено (несколько вариантов ответа)

- 1) обязательное сокращение расходов на ФОТ
- 2) используемые ресурсы
- 3) сроки программы
- 4) обязательное сокращение сотрудников предприятия
- 5) ожидаемые результаты программы
- 6) описание мероприятий и их обоснование исполнители программы.

9. Что можно отнести к последствиям кризиса?

- 1) обновление организации;
- 2) разрушение организации;
- 3) оздоровление организации;
- 4) возникновение нового кризиса;
- 5) верны все ответы.

10. Определите «болевы точки» проекта по строительству большого торгового центра в загородном дачном поселке. Что скажет общественность в данном случае? План действий,

### Вопросы на рейтинг-контроль № 2

#### Контрольная работа.

**«Составление программы стабилизации общественного мнения в кризисной ситуации»**

Цель работы: закрепить теоретические знания о методике составления антикризисной программы.

Последовательность выполнения задания

1. Познакомиться со спецификой деятельности организации, изучить ее положение на рынке, конкурентов, сильные и слабые стороны его деятельности. Составить краткую характеристику предприятия.
2. Узнать из открытых источников (СМИ, беседы с персоналом) о потенциальных и реальных угрозах кризиса;
3. Пояснить понятие «кризисная ситуация» применительно к деятельности данного предприятия.
4. Перечислить все возможные кризисные ситуации для данного предприятия
5. Обосновать стратегию действий для данного предприятия в кризисной ситуации и цели антикризисных коммуникаций.
6. Определить круг лиц, отвечающих на предприятии за выполнение стратегического плана по каждому из возможных кризисов.
7. Подготовить детальный план действий и инструкции персоналу на случай кризиса.
8. Идентифицировать ключевые целевые аудитории по каждому из возможных кризисов.
9. Подготовить схему распространения информации в кризисной ситуации и подробный коммуникационный план по каждой из перечисленных кризисных ситуаций.

### Вопросы на рейтинг-контроль 3

#### Контрольная работа.

#### «Разработать шаблоны информационных материалов для распространения в кризисной ситуации»

Цель работы: освоить методологию составления PR-текстов, необходимых для информационного регулирования кризисной ситуации.

Задания:

1. Идентифицировать ключевые СМИ, в которых будет распространяться информация.
2. Составить перечень фактов об организации, необходимых для удовлетворения запросов СМИ
3. Подготовить шаблоны информационных материалов
4. Подготовить пресс-релизы для каждой из целевых аудиторий и всех типов СМИ.
5. Подготовить список «трудных» вопросов и ответов на них для каждой кризисной ситуации.

#### Вопросы для самостоятельной работы

1. Роль дисциплины «Антикризисное управление» в повышении профессионализма управленческих кадров.
2. Основные причины возникновения кризиса на макро- и микроуровнях.
3. Структурные проблемы в антикризисном управлении.
4. Основные черты и функции антикризисного управления.
5. Методология и методика анализа экономического состояния кризисной организации.
6. Роль государства в предотвращении кризисных ситуаций в экономике.
7. Основные критерии для отбора и оценки инновационных проектов.
8. Управление деловыми конфликтами в условиях кризиса организации.
9. Социальное партнерство в антикризисном управлении.
10. Основные факторы, характеризующие инновационный потенциал предприятия.
11. Мировое соглашение как антикризисная процедура.
12. Принципы подбора эффективной антикризисной команды.
13. Фазы кризисного цикла и их характеристика.
14. Обобщение опыта деятельности администрации Ф.Д. Рузвельта по выводу американской экономики из кризиса (1929 – 1933 гг.)
15. Диагностика скрытой стадии банкротства
16. Разработка системы рекламной деятельности фирмы в условиях выхода из кризиса.
17. Условия продления срока внешнего управления градообразующими предприятиями.
18. Характеристика системного кризиса государственного управления.
19. Природа и классификация управленческих рисков.
20. Конкурсный управляющий, его права и обязанности.
21. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.

22. Временный управляющий, его права и обязанности.
23. Реорганизация и ликвидация кооператива.
24. Очередность в погашении кредиторской задолженности предприятия-должника.
25. Разработка антикризисных программ (проекта санации, программ финансового оздоровления)
26. Виды аудита, стандарты, классификация

### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Понятие и функции антикризисного PR.
2. Кризис и его роль в социально-экономическом развитии.
3. Типология и основные свойства кризисов.
4. Основные причины возникновения кризисов.
5. Признаки кризиса и их свойства.
6. Стадии развития кризисной ситуации.
7. Причины и симптомы кризисной ситуации.
8. Управляемые и неуправляемые кризисные процессы.
9. Особенности и основные черты антикризисного управления.
10. Факторы, влияющие на эффективность антикризисного управления.
11. Диагностика кризисов: этапы, методы.
12. Стратегия антикризисного управления: этапы и содержание.
13. Содержание и особенности технологии антикризисного управления.
14. Разработка антикризисной стратегии организации.
15. Типичные ошибки антикризисного PR.
16. Принципы и стратегия управления персоналом в кризисной ситуации.
17. Антикризисный управляющий и проблема формирования команды.
18. Сущность, содержание и распределение основных ролей в антикризисной команде
19. Психологическое сопровождение антикризисного управления.
20. Антикризисная программа правительства Ф. Рузвельта, по преодолению социального и экономического кризиса США в 1929-1933 гг.
21. Российский опыт антикризисного управления.
22. Зарубежная практика корпоративного антикризисного управления
23. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса
24. Внутренняя и внешняя среда организации. Особенности работы в условиях кризиса.
25. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
26. Работа со СМИ как ключевой аудиторией в ситуации кризиса.
27. «Правила "Тайленола».
28. Позитивные и негативные последствия кризиса.
29. Программа чрезвычайных мер по стабилизации кризисной ситуации.
30. Особенности создания пресс-релизов в антикризисных коммуникациях.
31. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях.
32. Антикризисные пресс-туры и брифинги при взаимодействии с журналистами.
33. Использование факт-листов, вопросов-ответов в антикризисных коммуникациях.
34. Содержание эффективного сообщения во время кризиса.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.



## 7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Шарков Ф.И., Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И. - М. : Дашков и К, 2018. - 304 с.	2018		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394030659.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394030659.html</a>
2.Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с.	2017		<a href="https://new.znanium.com/catalog/product/1039446">https://new.znanium.com/catalog/product/1039446</a>
3. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с.	2017		<a href="https://new.znanium.com/catalog/product/1039446">https://new.znanium.com/catalog/product/1039446</a>
4. Милёхина Т.А., Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ [Электронный ресурс] / Отв. ред. Т.А. Милёхина, Р. Ратмайр - М. : Издательский дом "ЯСК", 2017. - 632 с. (Серия "Studia philologica") - ISBN 978-5-94457-300-1	2017		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html</a>
5. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с	2019		<a href="http://znanium.com/catalog/product/944854">http://znanium.com/catalog/product/944854</a>
Дополнительная литература			
1. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 238 с.	2018		<a href="http://znanium.com/catalog/product/961413">http://znanium.com/catalog/product/961413</a>
2. Детинко Ю.И., Политическая коммуникация: опыт мультимодального и			

критического дискурс-анализа [Электронный ресурс] / Детинко Ю. И. - Красноярск : СФУ, 2017. - 168 с. - ISBN 978-5-7638-3468-0	2017		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834680.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834680.html</a>
3 Гуськова С.В., Массовая и профессиональная коммуникация в современном мире [Электронный ресурс] / Гуськова С.В. - М. : ФЛИНТА, 2016. - 59 с. - ISBN 978-5-9765-2527-6 - Режим доступа:	2016		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html</a>
4. Антикризисное управление: учебное пособие / Под ред. Э.М. Короткова. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 240 с.	2007		<a href="http://znanium.com/catalog/product/125656">http://znanium.com/catalog/product/125656</a>

## 7.2. Периодические издания

1. Коммуникология - международный научный журнал (<https://www.communicology.us/>).
2. Пиар в России - всероссийский научно-популярный журнал.
3. Советник - журнал о связях с общественностью и рынке PR.
4. Журнал «Служба PR» - журнал адресован работникам пресс-служб, отделов по связям с общественностью государственных и коммерческих структур, специалистам консалтинговых фирм.
5. Журнал «Пресс-служба» - журнал для пресс-секретарей, руководителей пресс-служб и специалистов по связям с общественностью.
6. Электронный журнал по маркетингу. Включает темы брэндинга, рекламы, PR, продаж, открытую библиотеку исследований. (<http://www.4p.ru>)

## 7.3. Интернет-ресурсы

1. Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. (<http://www.advertology.ru>)
2. Портал «Брендинг.Ру» - информационные и аналитические статьи ведущих зарубежных и российских практиков брендинга. (<http://www.branding.ru>)
3. Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. (<http://www.pr-news.spb.ru>)

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 229-3.

Рабочую программу составил ст. преподаватель Смыслова Л.В. Смф

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. Д.Е.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. Лат

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 11.09.2019 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. Лат

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

