

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	Трудовоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
8	2/72	10	20		42	зачет
Итого	2/72	10	20		42	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
ПК-11 Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний	частичное	Знать документы в области информационных и коммуникативных и PR-кампаний. Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных и коммуникативных и PR-кампаний. Владеть способностью разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных и коммуникативных и PR-кампаний
ПК-14 Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта	частичное	Знать инфраструктуру коммуникации и участников проекта. Уметь организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта. Владеть способностью организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.
ПК-19 Способен формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	частичное	Знать механизмы выстраивания коммуникаций с представителями органов власти. Уметь выстраивать коммуникации с представителями органов власти. Владеть способностью формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа

№ п/п	Наименование темы/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	1-2	1	2		5	1,5/50%		
2	Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.	8	3-4	1	2		5	1,5/50%		
3	Команда экстренного реагирования. Кризисный план.	8	5-6	1	2		5	1,5/50%	Рейтинг-контроль № 1	
4	Методы и приемы передачи сообщения в условиях кризиса.	8	7-9	1	2		5	1,5/50%		
5	Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.	8	10-11	1	2		5	1,5/50%		
6	Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации	8	12-14	1	2		5	1,5/50%	Рейтинг-контроль № 2	
7	Работа с СМИ в кризисных ситуациях «Черный» и «белый» PR.	8	15-16	2	3		6	2,5/50%		
8	Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении. Инструменты PR в поле кризисного управления.	8	17-18	2	5		6	3,5/50%	Рейтинг-контроль № 3	
Всего за 8 семестр					10	20		42	15/50 %	зачет
Наличие в дисциплине КП/КР										
Итого по дисциплине					10	20		42	15/50 %	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. Перечислить все возможные кризисные ситуации для данного предприятия
4. Обосновать стратегию действий для данного предприятия в кризисной ситуации и цели антикризисных коммуникаций.
5. Определить круг лиц, отвечающих на предприятии за выполнение стратегического плана по каждому из возможных кризисов.
6. Подготовить детальный план действий и инструкции персоналу на случай кризиса.
7. Идентифицировать ключевые целевые аудитории по каждому из возможных кризисов.
8. 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. Конкурентный 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 коммуникологи и [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И. - М. : Дашков и К, 2018. - 304 с.	2018		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394030659.html
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		https://new.znanium.com/catalog/product/1039446
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		https://new.znanium.com/catalog/product/1039446
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		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html
5. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с	2019		http://znanium.com/catalog/product/944854
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		http://znanium.com/catalog/product/961413
2. Детинко Ю.И., Политическая коммуникация : опыт мультимодального и критического дискурса-анализа [Электронный ресурс] / Детинко Ю. И. - Красноярск : СФУ, 2017. - 168 с. - ISBN 978-5-7638-3468-0	2017		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834680.html
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		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html
4. Антикризисное управление: учебное пособие / Под ред. Э.М. Короткова. - М.: ИНФРА-М. 2007. - 240 с.	2007		http://znanium.com/catalog/product/125656

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>).

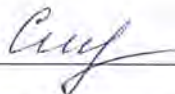
7.3. Интернет-ресурсы


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 журналистике. (<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 Смылова Л.В. 

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

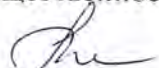
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

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. 

**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 _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной программы направления подготовки код и наименование ОП, направленность:
наименование (указать уровень подготовки)

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____ / _____
Подпись *ФИО*