

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



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор

по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 07 » 04 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение»

Профиль подготовки

«Уровень высшего образования - бакалавриат»

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экс./зачет)
8	ЗЕТ, 144ч.	6	6		132	Зачет
Итого	ЗЕТ, 144ч.	6	6		132	Зачет

Владимир -2015

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности.

Применительно к подготовке бакалавра по направлению «Документоведение и архивоведение» в курсе «Связи с общественностью» основное внимание уделяется проблемам сохранения документов как носителей информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс «Связи с общественностью» входит в вариативную часть учебного плана ОПОП и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Методика научного исследования», «Социология», «Организация и технология документированного обеспечения управления».

Для успешного освоения курса «Связи с общественностью» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Владением

Знать:

- основные категории и понятия связей с общественностью; иметь представление об основных закономерностях функционирования социума; об этапах его исторического развития; о способах управления социально-экономическими процессами и трудовыми коллективами;

Уметь:

использовать основные положения и методы гуманитарных наук в профессиональной деятельности

Владеть:

культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; навыками использования иностранного языка в устной и письменной форме в сфере профессиональной коммуникации

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

№ п/п	Раздел(тема) 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 (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Предмет и задачи курса. Возникновение и развитие связей с общественностью	8		1				13		0/0%	
2	Регулирование связей с общественностью	8		1				13		0/0%	
3	Организационные основы связей с общественностью	8		1				13		0/0%	
4	Основы теории коммуникации	8		1				13		0/0%	
5	Связи с общественностью и общественное мнение	8		1	1			13		0/0%	
6	Каналы выхода на различную аудиторию	8		1	1			13		1/100%	
7	Стратегия и тактика использования средств массовой информации	8			1			13		1/100%	
8	Виды рабочих PR-мероприятий	8			1			13		1/100%	
9	Основы рекламы	8			1			13		1/100%	
10	Исследования в области связей с общественностью	8			1			15		1/100%	
Всего				12	6			132		6/50 %	зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина представляет сочетание лекционного курса, практических занятий и самостоятельной работы студентов.

Используются следующие активные формы обучения:

1. Лекция-презентация имеет целью ориентировать студента в материале.
2. Лекция-беседа или «диалог с аудиторией». Позволяет привлекать студентов к наиболее важным вопросам темы, требует постоянной мыслительной деятельности.
3. Практические занятия проводятся в соответствии с планами, предложенными в тематической части курса. Работа на практическом занятии носит характер диспута.
4. Опрос – метод устного контроля результатов обучения.

Используются следующие интерактивные формы обучения:

1. Дискуссии и обсуждения (видеоматериала, научных текстов)
2. Кейс-метод («case study») в отношении тех или иных исторических ситуаций
3. Работа в малых группах над подготовкой доклада или мини-лекций
4. Эвристический метод, применяемый для анализа исторических событий
5. Занятия пресс-конференции

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

Примерные вопросы для самостоятельной работы

1. Предпосылки возникновения СО.
2. «Повесть временных лет» как первый ПР-документ.
3. Основные профессиональные термины
4. Общественность и общественное мнение как объекты ПР-деятельности
5. Основные этапы ПР-деятельности: исследование, проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики, действие, общение, оценка результатов и внесение корректировок.
6. Методы и средства ПР-деятельности.
7. СО и смежные специальности: сходства и различия
8. Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни
9. Необходимость и возможности регулирования СО
10. Концепция государственной информационной политики
11. Социальные, экономические, политические и иные условия становления, развития и функционирования СО
12. Право как регулятор ПР-деятельности
13. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность СО
14. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста

15. Профессиональный кодекс в области маркетинга Российской ассоциации маркетинга
16. Место и роль СО в жизнедеятельности современной организации
17. Основные организационные ПР-структуры
18. Функции ПР-структур
19. СО как способ гармонизации отношений организации и социума
20. Функциональный принцип построения отдела по СО.
21. Исследовательский, производственный и иные сегменты в структуре ПР-отдела
22. Пресс-служба: структура, функции, разновидности
23. Практика использования СО в государственной службе на всех уровнях
24. Каналы выхода на аудиторию: мероприятия, ПР-документы
25. Организация и проведение ПР-кампаний
26. Социологические исследования массовой коммуникации
27. Формирование имиджа как одна из задач СО
28. Стратегия имиджмейкинга
29. Исследования в деле формирования корпоративного имиджа, имиджа политического лидера, имиджа политической партии и т.д.
30. Место и роль СМи в современном информационном мире
31. Профессиональные стандарты СО во взаимодействиях со СМи
32. Журналистский корпус: понятие, структура, типология
33. Журналистика и СО. Общие правила отношений ПР-служб со СМи
34. Мероприятия ПР-служб во взаимоотношениях с прессой
35. Консалтинг: цели, задачи, функции
36. Классификация консультирования
37. Кто ввел в оборот термин «пропаганда»?
38. Почему общественное мнение начали изучать только на рубеже XIX – XX веков?
39. Что такое общественность
40. Что такое целевая аудитория
41. Что такое псевдособытия
42. В каких формах применяется интервью для печати?
43. В каких случаях используется в СМи статья-опровержение?
44. Какие правила коммуникационных и информационных кампаний в СМи?
45. Какие материалы нужно готовить для СМи?

46. Из каких элементов состоит медиа-карта? Каково их назначение?

Примерные вопросы для зачета

1. Исторические корни связей с общественностью.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития СО как профессии и бизнеса.
3. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в СО.
4. Основные объекты ПР-деятельности.
5. Функции специалиста по связям с общественностью, общие и специфические требования к личным качествам специалистов по связям с общественностью.
6. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность связей с общественностью.
7. Этика как метод регулирования СО. Этика личная, корпоративная и профессиональная.
8. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста.
9. Процесс влияния связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудиторию
10. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
11. Медиапланирование: сущность и содержание. Медиа-программы.
12. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ.
13. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
14. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.
15. Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность.
16. Виды документов: информационные имиджевые, корпоративные документы, реклама.
17. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени, другие формы.
18. Исследования в области связей с общественностью.
19. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ.

20. Особенности формирования медиа-досье.
21. Контент-анализ как метод исследований в СО.
22. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью
23. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
24. Медиапланирование: сущность и содержание. Медиа-программы.
25. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ.
26. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
27. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.
28. Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность.
29. Виды документов: информационные имиджевые, корпоративные документы, реклама.
30. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

а) основная литература:

1. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007927.html>
2. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023538.html>
3. Основы рекламы [Электронный ресурс] / Панкратов Ф. Г. - М. : Дашков и К, 2013. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394018046.htm>
4. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс"). <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>
5. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Со-

класс"). <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>

б) дополнительная литература:

1. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Руженцева Н.Б. - М. : ФЛИНТА, 2011. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976512171.html>
2. 101 совет по PR [Электронный ресурс] / Роман Масленников. - М. : Альпина Паблишер, 2012. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961417609.html>
3. Паблик рилейшнз: Толковый словарь [Электронный ресурс] / И. М. Синяева - М. : Дашков и К, 2013 <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020025.html>
4. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014 <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707328.html>

Международный научный журнал «Коммуникология» Код доступа:
<http://www.communicology.us/p/ozhurnale.html>

г) интернет-ресурсы:

www/sovetnik.com

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Изучение дисциплины предусматривает использование современных оборудования: компьютера с подключением к сети Интернет, проектора и мультимедийной доски. Занятия проходят в аудитории 216-2, оснащенной мультимедийным оборудованием

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 46.03.02 «Документоведение и архивоведение»

Рабочую программу составил доцент, канд. экон. наук В.С. Щитко _____

Рецензент _____ Филинов А.Н. Директор ГТРК «Владимир»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 8 от 02.08.15 года

Заведующий кафедрой _____ Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 46.03.02 «Документоведение и архивоведение»

Протокол № 3 от 02.04.15 года

Председатель комиссии _____ Тихонов А.К.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2016/2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой  / Мухомов А.К.

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 _____