

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Техника и технология средств массовой информации

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

38.03.03 - Управление персоналом

---

Направленность образовательной программы

Управление человеческими ресурсами

---

Форма обучения

очная

---

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Техника и технология средств массовой информации относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2: Активно участвует в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы	УК-3.2: Знать методы и приемы обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы. Уметь применять методы и приемы обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы. Владеть методами и приемами обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.	Практическое задание Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Контрольная работа Практическое задание
ПК-5: Способен разрабатывать проекты социального партнерства при решении задач управления персоналом, в целях повышения социально-экономической эффективности организации	ПК-5.3: Разрабатывает бизнес-план и стратегию реализации проекта, ясные и конкретные критерии достижения проектного результата ПК-5.4: Подбирает соответствующие инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта, проводит социально-экономическое обоснование эффективности	ПК-5.3: Знать подходы к формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью Уметь реализовывать подходы к формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью Владеть подходами к	Практическое задание Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Контрольная работа Практическое задание

		<p>формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью</p> <p>ПК-5.4:</p> <p>Знать инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с общественностью</p> <p>Уметь использовать инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с общественностью</p> <p>Владеть инструментами для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с общественностью</p>		
--	--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>16</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>16</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>39</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b>
	<b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего	в том числе
--	-------	-------------

	(часы)	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1 Основные подходы к понятию «технологии связей с общественностью». История технологий связей с общественностью. PR в системе ИМК. Должностные обязанности специалиста по PR	23	6	6	12	11
Тема 2. Процесс коммуникации в связях с общественностью. Современные коммуникативные технологии в управлении персоналом. Целевые аудитории для компании. Основные каналы коммуникации в связях с общественностью.	24	5	5	10	14
Тема 3. Взаимодействие со СМИ и основные PR документы. Организация пресс-конференции	24	5	5	10	14
Аттестация	0				
КСР	1				1
Итого	72	16	16	33	39

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1 Основные подходы к понятию «технологии связей с общественностью». История технологий связей с общественностью. PR в системе ИМК. Должностные обязанности специалиста по PR

Тема 2. Процесс коммуникации в связях с общественностью. Современные коммуникативные технологии в управлении персоналом. Целевые аудитории для компании. Основные каналы коммуникации в связях с общественностью.

Тема 3. Взаимодействие со СМИ и основные PR документы. Организация пресс-конференции

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Теория и практика связей с общественностью, <https://e-learning.unn.ru>.

Иные учебно-методические материалы:

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение прикладной задачи кейса, деловой игры.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 4 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие: практических навыков в соответствии с профилем ОП: применение современных методов управления персоналом; участие в разработке, обосновании и внедрении проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом и организации в целом (в том числе в кризисных ситуациях); участие в процессах планирования и оптимизации структуры персонала организации.

- компетенций - ПК-5.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-3:**

Американский рэп-исполнитель Хаким Серики, известный под псевдонимом Chamillionaire, объединил всех фанатов на своей виртуальной платформе Chamillionaire.com. Ресурс награждает значками, званиями и даже специальными монетами поклонников звезды за различные действия: комментирование, участие в конкурсах, загрузку фото или видео и т.д. Из тех, кто преуспел, формируется список наиболее преданных певцу фанатов, для которых разыгрываются более ценные призы. Сам рэп-исполнитель благодаря сайту имеет возможность не только прямого контакта с поклонниками, но и дополнительные рычаги воздействия на звукозаписывающие студии. Ведь комментарии преданных слушателей – лучший способ убедить владельцев аудиостудий в том, что песни Chamillionaire действительно интересны аудитории.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5:**

1. Проанализируйте миссии следующих компаний. Насколько удачно они сформулированы?

Google: «Организовать информацию мира и сделать ее повсеместно доступной и полезной».

Facebook: «Дать людям возможность общаться и сделать мир более открытым и единым».

Kodak: «Мы помогаем миру создавать воспоминания и зарабатывать»

Яндекс: «Помогать людям решать задачи и достигать своих целей в жизни».

Диснейленд: «Мы работаем для того, чтобы взрослые и дети проводили больше времени вместе».

Castorama: «Мы помогаем покупателям сделать свои дома совершеннее и комфортнее,

Преобразовать трудоемкий и затратный обустройство в интересное, доступное каждому увлечение».

2. В апреле 2019 г. Благотворительный фонд "Тёплый дом" и рекламное агентство "Changes" создали анимационный ролик «Супермами» по мотивам известной восьмибитной игры. Создатели флешмоба #зачемрожала сделали «Супермами» в поддержку матерей в сложных жизненных ситуациях.

В ролике показано, как непросто маме, если её окружает враждебная среда.

Особенно это касается женщин из групп риска: одиноких, малоимущих, с опытом трудного детства за плечами.

По данным Росстата, только в Петербурге более 450 тысяч семей, 36% из них — это одинокие матери. Почти половина мам с детьми до 2 лет совмещают работу и материнство. При этом их доход всё равно низкий — 30% семей с детьми до 3 лет признаны малоимущими.

Одинокая мама очень уязвима, ей часто не хватает самых разных ресурсов.

Если к этому добавить критику и непрошенные советы, задача создать благоприятную эмоциональную среду для ребёнка становится сложно выполнимой.

«Супермами» напоминает: мамам нужны наши поддержка, равнодушие и одобрение. Мы поможем им пройти этот уровень, если будем помнить, что поддержка даёт силы, а критика забирает.

Задание: проанализируйте данный кейс точки зрения примененных игровых

механик. Какие игровые технологии были задействованы при создании ролика

«Супермами»?

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	изложение материала логично, грамотно, без ошибок; свободное владение профессиональной терминологией.
отлично	изложение материала логично, без ошибок; умение высказывать и обосновать свои суждения; теория связана с практикой
очень хорошо	обучающийся грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет, ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный
хорошо	обучающийся грамотно излагает материал; владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет, ответ полный, с неточностями или недостаточно полный
удовлетворительно	обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для выполнения

Оценка	Критерии оценивания
	задания, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
неудовлетворительно	в ответе обучающегося проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для выполнения задания
плохо	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-3:

1.Какая из концепций рассматривает информацию как несуществующий реально объект, как умственную абстракцию:

а) естественно-научная;

б) функциональная;

в) математическая.

2.Что из перечисленного не относится к характеристикам информации:

а) количество;

б) качество;

в) доступность;

г) адекватность.

3) Как называются специальные средства передачи социально-значимой информации, а также (или) предприятие, обеспечивающее сбор, обработку и тиражирование данной информации для массовой аудитории:

а) средства массовой коммуникации;

б) средства массовой информации;

в) средства передачи массовой информации;

г) коммуникативный процесс.

4. Как называется систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью информирования и оказания идеологического, политического,

экономического, психологического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей:

- а) массовая информация;
- б) PR-информация;
- в) социальная информация;
- г) массовая коммуникация.

5. Сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от их формы представления – это:

- а) коммуникация;
- б) средства массовой информации;
- в) информация;
- г) социальная информация.

#### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-5:**

6. Селективность как характеристика PR-информации означает:

- а) соответствие между информационными запросами аудитории и полученным ею сообщением;
- б) отбор, выборочный характер информации;
- в) распространение PR-субъектом информации о своей деятельности среди общественности;
- г) степень близости к реальному состоянию объекта.

7. Какая из характеристик информации определяет степень ее близости к реальному состоянию объекта:

- а) доступность;
- б) полнота;
- в) объективность;
- г) точность.

8. Укажите правильную последовательность элементов технологии коммуникативного процесса:

- а) отправитель – канал – сообщение – получатель;



б) сообщение – отправитель – канал – получатель;

в) отправитель – сообщение – канал – получатель;

г) сообщение – канал – отправитель – получатель.

9. Как называется процесс обмена информацией между двумя или несколькими людьми:

а) PR-информация;

б) публичная сфера;

в) информация;

г) коммуникация.

10. Какое из свойств информации позволяет человеку меньше напрягать внимание:

а) актуальность;

б) избыточность;

в) объективность;

г) ценность.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	более 50% верных ответов
не зачтено	менее 50% верных ответов

### 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

#### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				

<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-3**

1. Основные технологии PR: альтруистический, компромиссный, прагматический. УК-3
2. PR как управленческая, социально-практическая, рыночная, коммуникативная, технологическая и социоинженерная деятельность. УК-3
3. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций: особенности технологии формирования УК-3
4. Государственная PR-служба. УК-3
5. PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании. УК-3
6. Общая характеристика функций и требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью. УК-3

#### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5**

1. Понятие общественность, целевые аудитории, коммуникация, публичная коммуникация. Паблицитный капитал. ПК-5
2. Цель и функции методов PR. Внутренние функции, характерные для PR-отрасли как самодостаточной сферы деятельности (технологические функции и функции собственного продвижения). ПК-5
3. Структура институтов связей с общественностью ПК-5
4. Корпоративные службы PR и их базовые техники и технологии (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). ПК-5
5. Профессиональные сообщества PR. Профессиональные PR-сообщества России. ПК-5

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
не зачтено	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл

### **5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольная работа) для оценки сформированности компетенции УК-3**

Вариант 1

Анализ рекламной деятельности конкретного предприятия социально-культурной сферы.

Примерный план выполнения:

1. Описание деятельности предприятия
2. Общая характеристика рекламной деятельности предприятия
3. Выводы по уровню развития рекламной деятельности
4. Предложения по совершенствованию рекламной деятельности.

### **5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольная работа) для оценки сформированности компетенции ПК-5**

Вариант 2

Проект рекламной компании конкретной услуги предприятия социально-культурной сферы.

Примерный план выполнения:

1. Анализ проблем и ресурсов организации- рекламодателя.
2. Характеристика целевых групп рекламной деятельности
3. Цели и задачи рекламной компании.
4. Формы рекламных коммуникаций
5. Бюджет рекламной компании

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольная работа)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для выполнения задания, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
не зачтено	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл

### 5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-3

1. Проанализируйте действия компании и предложите свои варианты выхода из сложившейся ситуации, опираясь на алгоритм оказания консалтинговых услуг: «В марте 2013 года один из самых известных производителей одежды для йоги Lululemon выпустил в продажу партию черных леггинсов, которые оказались недостаточно плотными и просвечивали. В компанию сразу же поступило множество жалоб от покупателей, партию отозвали, объяснив всё заводским браком, а выпущенные леггинсы распродали со скидками. Акции Lululemon упали почти на 20%, но через какое-то время об этом происшествии забыли. Настоящий скандал разгорелся спустя полгода, когда основатель компании Чип Уилсон в эфире Bloomberg TV объяснил, что, по его мнению, произошло с леггинсами. По его мнению, они подходили только стройным женщинам: «Такие штаны — не для всех. Проблема не в материале, а в том, что у некоторых женщин бёдра сильнее трутся о ткань». Уилсона стали обвинять в неэтичности, и на следующий день основателю Lululemon пришлось выпустить видеообращение. В ролике Уилсон

извинился, но не столько перед потребителями, сколько перед своими сотрудниками, которым пришлось «иметь дело с неприятными последствиями его действий». Общественность осталась недовольна. О скандале написали мировые СМИ, продажи компании резко упали, и в конце концов Уилсон ушел со своего поста».

2. Фраза «Ваш звонок очень важен для нас, но в настоящий момент все операторы заняты» вызывает лишь раздражение и гнев абонентов. Вот что слышат клиенты авиакомпании Virgin Atlantic: «Здравствуй, меня зовут Ричард Брэнсон, я владелец авиакомпании Virgin Atlantic. Сейчас все

операторы заняты. Это не порядок. Давайте поступим следующим образом: если через 18 секунд никто не ответит на Ваш звонок, вы получите скидку 450 фунтов. Я начинаю обратный отсчет – 18, 17, 16, 15...» Клиент слушает и страстно мечтает лишь об одном, чтобы оператор как можно дольше не снимал трубку. Задание: определите, какие задачи внешнего и внутреннего PR были решены с помощью описанного креативного хода.

### 5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5

1. Составьте медиакарту одного из СМИ (печатного, электронного, интернет-СМИ), используя следующие пункты: наименование и вид СМИ, наличие свидетельства о государственной регистрации СМИ, учредитель (владелец) СМИ, периодичность выхода, тираж (территория распространения сигнала вещания – для электронных СМИ, посещаемость сайта – для интернет-СМИ), Ф.И.О., служебные контакты редактора, ведущих журналистов, сотрудников коммерческого отдела, стоимость размещения информации на коммерческой основе (с указанием скидок и наценок).
2. Просветительская некоммерческая организация занимается популяризацией исторических сведений среди жителей региона путём проведения публичных лекций известных учёных. Задача: разработать план проведения PR-кампании на текущий календарный год и подготовить смету предполагаемых расходов.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для выполнения задания, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
не зачтено	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Архангельская Ирина Борисовна. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебное пособие / Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2022. - 171 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-369-01485-1. - ISBN 978-5-16-103762-1. - ISBN 978-5-16-011489-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834687&idb=0>.
2. Штейнберг А. Г. Стратегические связи с общественностью / Штейнберг А. Г. - Хабаровск : ДВГУПС, 2022. - 131 с. - Рекомендовано Методическим советом по качеству образовательной

деятельности ДВГУПС в качестве учебного пособия. - Книга из коллекции ДВГУПС - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=866647&idb=0>.

3. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг". - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Академический проект, 2007. - 432 с. - (Gaudeamus). - ISBN 5-8291-0810-0 : 129.00., 5 экз.

#### Дополнительная литература:

1. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 218 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16787-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871061&idb=0>.

2. Китчен Филип Дж. Паблик рилейшнз: принципы и практика : Учеб. пособие для вузов; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 454 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-00603-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593217&idb=0>.

3. Шарков Феликс Изосимович. Паблик рилейшнз : Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 332 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-02353-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632661&idb=0>.

4. Кузнецов Павел Александрович. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : Практические приемы и технологии; Практическое пособие. - 4. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 294 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04872-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875293&idb=0>.

5. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2023. - 384 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14728-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846913&idb=0>.

6. Связи с общественностью / Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. - Москва : Академический Проект, 2020., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=662234&idb=0>.

#### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Сайт службы распространения пресс-релизов PR online [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <https://www.proonline.ru/>

2. Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.rupr.ru/>

3. Сайт электронного отраслевого СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

4. Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.raso.ru/>

5. Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] / Электронно-библиотечная система «Издательства «Лань». – Б. м., 2010. – Режим доступа : <http://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.

6. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

[Электронный ресурс] / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". – Б. м., 2005 – 2015. – Режим доступа : <http://window.edu.ru/>. – Загл. с экрана.

7. Сайт аналитической газеты «PR-News» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-news.ru/>.

8. Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>.

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.03 - Управление персоналом.

Автор(ы): Кемаев Константин Валерьевич, кандидат политических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Бедный Александр Борисович, кандидат социологических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.11.2024, протокол № №5.