

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное**  
**образовательное учреждение высшего образования**  
**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**  
**им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
Ученый совет ННГУ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**История рекламы и связей с общественностью**

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»,  
«Реклама и связи с общественностью в системе ГМУ»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Нижегород  
2022

## 1. Место и цели дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» в структуре ОПОП

«История связей с общественностью» относится к базовой части Блока 1 ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 1 году обучения во 2 семестре.

Целями освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» являются: усвоение студентами истории методов, приемов и стратегий публичных отношений, эволюции институтов, роли PR-специалистов в политической, деловой и социальной жизни общества.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине «История рекламы и связей с общественностью», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

№ п/п	Код компетенции*	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения
1	<b>УК-5</b>	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	<b>Знать:</b> знать основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов
			<b>Уметь:</b> использовать знания об этапах и закономерностях исторического развития общества для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции
			<b>Владеть навыками-</b> навыками анализа и синтеза восприятия и использования исторических концепций с целью применения в социально-экономических дисциплинарных областях
			<b>Мотивация (личностное отношение):</b> учебная активность, мотивация, стремление и готовность решать поставленные задачи

### 3. Структура и содержание дисциплины «История рекламы и связей с общественностью»

Объем дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» составляет 3 (три) зачетные единицы, всего 108 академических часов, из которых 30 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (14 часов - занятия лекционного типа, 14 часов - практические занятия, 2 часа - контроль самостоятельной работы обучающегося), 78 часов составляет самостоятельная работа обучающегося (включая подготовку к экзамену 36 часов).

## Структура дисциплины

[illegible]

Тема 4. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.	12			2		2										9		6
Тема 5. Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв.	14			2		2	2									9		4
Тема 6. История связей с общественностью в США в XX веке. Актуальные аспекты PR-деятельности в США.	14			2		2	2									9		6
Тема 7. Европейский опыт функционирования институтов публичных отношений в XX веке и на современном этапе.	14			1		1										12		4
Тема 8. Российский опыт в сфере публичных коммуникаций: исторические аспекты и современность.	14			1		1		2								12		6
Промежуточная аттестация проходит в форме комплексного экзамена, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.																		

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках семинарских занятий. Итоговый контроль осуществляется на экзамене. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании курсовой работы.

#### Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
-------	----------------------	--------------------	-------------------------

1.	Подходы к изучению истории связей с общественностью в зарубежной и отечественной науке о публичных отношениях. Формирование сферы публичной коммуникации в доисторическом обществе и на Древнем Востоке.	<p>Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью.</p> <p>«Американоцентризм» в подходе к описанию истоков PR-деятельности (С.Катлип, В.Фэйтс). Модели коммуникационных отношений по Д.Грюнигу. История связей с общественностью в контексте эволюции сферы публичной коммуникации. История связей с общественностью в трудах российских теоретиков PR.</p> <p>Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Коммуникация как средство поддержания власти в первобытном обществе (Д.Фрейзер «Золотая ветвь»). Образ власти в цивилизациях Древнего востока.</p>	Устный опрос
2.	Публичные коммуникации в античном мире.	<p>Политическая коммуникация в Древней Греции. Софистика и красноречие как факторы успеха в сфере публичной коммуникации. Специфика политических коммуникаций в Древнем Риме. Образ власти в античном мире. Александр Македонский в восприятии современников и потомков.</p> <p>Римские императоры и практические аспекты формирования имиджа правителя (Юлий Цезарь, Октавиан, Нерон, Калигула, Марк Аврелий, Константин Великий).</p>	Устный опрос
3.	Политическая и религиозная коммуникации в Средние века.	<p>Эволюция политической коммуникации в период Средневековья. Образ правителя в глазах подданных и практические аспекты поддержания авторитета власти (образ Ричарда Львиное Сердце в глазах современников и потомков). Религиозные коммуникации в период Средних веков. Теоцентризм сознания и привилегии церкви в области образования и распространения информации. Специфика межкультурных коммуникаций в Средние века.</p>	Устный опрос, контрольная работа

4.	Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.	<p>Эпоха Возрождения как переломный этап в истории Средневековья. «Государь» Н. Макиавелли как руководство правителю Нового времени. Проблема отказа от принципа легитимности в вопросе претензий на власть. Имидж правителя как фактор обретения и поддержания власти в глазах подданных (судьба короля Карла Стюарта в период Английской революции).</p> <p>Философия Просвещения о природе власти и имидже правителя. «Информационная война» в преддверии и в период Великой французской революции.</p> <p>Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков. Формирование «легенды о Наполеоне».</p>	Круглый стол
5.	Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв.	<p>Философия Просвещения в США (Б.Франклин). Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783).</p> <p>«Бостонское чаепитие» как политическая провокация и информационный повод. Символика и мифология революции, формирование положительного имиджа руководителей восстания (Д.Вашингтон, Т.Пейн, Т.Джефферсон).</p> <p>Внешнеполитический имидж США как прогрессивного государства, борющегося с тиранией (миссия Б.Франклина в Париж; Т.Костюшко, М. Лафайетт как участники Войны за независимость).</p> <p>Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке. А.Кендалл как консультант президента Э.Джексона; информационное противоборство в период Гражданской войны (1861-1865) и Реконструкции. Фигура Ф.Т. Барнума в истории публичных коммуникаций в США.</p> <p>Формирование национальной американской мифологии (идея фронта, «дикий Запад», «американская мечта»).</p>	Доклад

6.	<p>История связей с общественностью в США в XX веке.</p> <p>Актуальные аспекты PR-деятельности в США.</p>	<p>PR в коммерческой сфере в начале XX века. А.Ли, Э.Бернайз, Д.Флейшман, Р.Харлоу, А.Пейдж как теоретики и практики паблик рилейшнз.</p> <p>PR в политике в период Первой мировой войны (комитет Д.Крила). Великая депрессия и «новый курс» Ф.Рузвельта. Л. Хоув как консультант Ф.Рузвельта. Имидж президента Ф. Рузвельта: внутривнутриполитический и международный аспекты.</p> <p>Развитие PR в США после Второй мировой войны (имидж Д.Кеннеди, «уотергейт» и отставка Р.Никсона, скандал с Моникой Левински, информационные войны к. XX-н. XXI вв.).</p> <p>Интернационализация и глобализация рынка PR-услуг на современном этапе. Деятельность PR-агентств, образование в области паблик рилейшнз, этические и профессиональные кодексы PR-специалиста.</p> <p>Новые подходы к паблик рилейшнз в политической сфере на примере президентской кампании Б. Обамы (2008 г.)</p>	Круглый стол
7.	<p>Европейский опыт функционирования институтов паблик рилейшнз в XX веке и на современном этапе.</p>	<p>Специфика функционирования институтов паблик рилейшнз в Западной Европе в XX веке. Развитие паблик рилейшнз в Великобритании, Франции, Германии. Л.Матра, Ф. Буари и С.Блэк: европейский подход к теории и практике паблик рилейшнз. Деятельность PR-агентств в Западной Европе. Ж.Сегелла как практик и теоретик, «создатель президентов».</p> <p>Специфика образования в области социальных коммуникаций и связей с общественностью в Западной Европе на современном этапе. Этические кодексы PR-специалистов.</p>	Устный опрос

8.	Российский опыт в сфере публичных коммуникаций: исторические аспекты и современность.	Коммуникации в государственной и политической сфере в период Московского царства. Негативные аспекты формирования внешнеполитического имиджа русского государства. Политические коммуникации в период Российской империи. Образ Петра Великого в глазах современников и потомков. Екатерина Великая и формирование образа «просвещенной государыни». Информационное противоборство в системе внутренних и внешнеполитических противоречий Российской империи в XIX-н. XX вв. Социальные и политические коммуникации в советский период. «Культ личности» И.В. Сталина в системе советской пропаганды. Развитие связей с общественностью в постсоветский период. Формирование институтов публичных отношений, складывание профессии, образовательных стандартов.	Доклад
----	---	---	--------

В процессе изучения дисциплины используются активные и интерактивные формы проведения лекционных занятий (лекции-беседы, разбор конкретных ситуаций, творческие задания), в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Образовательные технологии, способствующие формированию компетенций, используемые на занятиях лекционного типа:

- лекции-беседы с использованием мультимедийных средств поддержки образовательного процесса;
- лекции с проблемным изложением учебного материала;

Образовательные технологии, способствующие формированию компетенций, используемые на занятиях практического типа:

- творческие задания, моделирующие реальную ситуацию в игровой форме.

Формой итогового контроля знаний студентов по дисциплине является экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

## 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа направлена на формирование у студентов представлений преемственности в развитии публичных коммуникаций и непосредственной истории связей с общественностью как деятельности, направленной на формирование общественного согласия, и сопряжена с овладением навыками логически ясно строить устную и письменную речь, владеть культурой мышления, быть способным к восприятию, анализу и обработке информации. Такой подход способствует расширению профессионального кругозора будущих бакалавров, мотивирует к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

В рамках самостоятельной работы студентов предполагается использование избранных тем УМК «Актуальные проблемы современности и журналистика», размещенный в ФЭОР ННГУ <http://www.unn.ru/books/resources.html>.



## Контрольные вопросы

1. Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью.
2. Модели коммуникации по Д. Грюнигу.
3. Формирование публичных коммуникаций в первобытном обществе.
4. Публичные коммуникации в античности.
5. Образ власти и правителя в Древнем Риме.
6. Политические коммуникации в Средневековье.
7. Роль церкви в развитии коммуникации в период средних веков.
8. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.
9. «Государь» Н. Макиавелли как руководство правителю Нового времени.
10. «Информационная война» в преддверии и в период Великой французской революции.
11. Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков в контексте формирования имиджа власти.
12. Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв.
13. Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783).
14. Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке.
15. Формирование национальной мифологии США в XIX веке средствами паблик рилейшнз (идея фронта, «дикий Запад», «американская мечта»).
16. PR в коммерческой сфере в США в начале XX века.
17. Эдвард Бернайз как практик и теоретик PR-деятельности.
18. PR в политике в США в период Первой мировой войны.
19. Имидж президента Ф. Рузвельта: внутривнутриполитический и международный аспекты.
20. Развитие PR в США после Второй мировой войны.
21. Интернационализация и глобализация рынка PR-услуг на современном этапе.
22. Специфика функционирования институтов паблик рилейшнз в Западной Европе в XX веке.
23. Негативные аспекты формирования внешнеполитического имиджа русского государства в историческом контексте.
24. Социальные и политические коммуникации в советский период.
25. «Куль личности» И.В. Сталина в системе советской пропаганды.
26. Развитие связей с общественностью в постсоветский период.

## 6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине

6.1. Перечень компетенций выпускников образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)						
	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»
	«не зачтено»		«зачтено»				
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

ОК-2- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции							
<u>Знания-</u> знать основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном материале	знание основного материала с рядом негрубых ошибок	знание основного материалом с рядом заметных погрешностей	знание основного материала с незначительными погрешностями	знание основного материала без ошибок и погрешностей	знание основного и дополнительным материала без ошибок и погрешностей
<u>Умения</u> <i>Уметь</i> - использовать знания об этапах и закономерностях исторического развития общества для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Полное отсутствие представления о знаниях об этапах и закономерностях исторического развития общества для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов	Отсутствие умения формулировать выводы и гипотезы при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Умение формулировать отдельные выводы и гипотезы при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Умение формулировать выводы и гипотезы при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Умение формулировать выводы о и гипотезы при изучении динамики и социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Умение формулировать выводы и гипотезы при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции	Умение формулировать выводы и гипотезы при изучении динамики социально-экономических процессов и формирования гражданской позиции

	процес сов и форми ровани я гражда нской позици и						
Навыки владеть навыками анализа и синтеза восприятия и использован ия исторически х концепций с целью применения в социально- экономичес ких дисциплина рных областях	Полное отсутств ие навыков	Отсутствие навыков анализа и синтеза восприят ия и использов ания историчес ких концепци й с целью применен ия в социальн о- экономич еских дисципли нарных областях	Наличие минимальн ых навыков анализа и синтеза восприят ия и использов ания историчес ких концепци й с целью применен ия в социальн о- экономич еских дисципли нарных областях	Посредстве нное владение навыками анализа и синтеза восприят ия и использов ания историчес ких концепци й с целью применен ия в социальн о- экономич еских дисципли нарных областях	Достаточн ое владение навыками анализа и синтеза восприя тия и использ ования историч еских концепц ий с целью примене ния в социаль но- экономи ческих дисципл инарных областях	Хорошее владение навыкам анализ а и синтеза воспри ятия и исполь зовани я истори ческих концеп ций с целью примен ения в социаль но- эконом ически х дисцип линарн ых област ях	Всестор оннее владени е навыкам анализ а и синтез а воспри ятия и исполь зовани я истори ческих концеп ций с целью примен ения в социаль но- эконом ически х дисцип линарн ых област ях

## 6.2. Описание шкал оценивания

Итоговый контроль качества усвоения студентами содержания дисциплины проводится в виде зачета, на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала
- способности студентов использовать полученные знания для решения конкретных задач.

Экзамен включает теоретическую часть и практическую. Теоретическая часть экзамена предполагает проверку наличия знаний, предусмотренных компетенциями в последующем собеседовании в рамках тематики курса. Собеседование проводится в

форме вопросов, на которые студент должен дать краткий ответ. Практическая часть включает подготовку к семинарам, по избранным разделам.

оценка	наименование оценки	критерии оценки составляющих компетенции			
		оценка полноты знаний	оценка сформированности умений и навыков	оценка развития способностей	оценка мотивационной готовности к деятельности
1	плохо	Полное отсутствие знаний по предмету	Не демонстрирует умений, требуется обучение с начального уровня	Уровень развития способности недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей	Учебная активность и мотивация отсутствуют
2	неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований	Имеющихся умений не достаточно для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, требуется дополнительное обучение	Уровень развития способности значительно ниже среднего по группе (значительно ниже ожидаемого), требуется повторное специальное обучение	Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует
3	удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний	Сформированные умения позволяют решать минимальный набор задач и выполнять большинство, но не все, важные задания, требуется дополнительная практика	Уровень развития способности незначительно ниже среднего по группе (незначительно ниже ожидаемого), требуется, достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, однако есть недочеты и требуется дополнительная работа по развитию способностей	Учебная активность и мотивация низкие, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на минимальном уровне качества
4	хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, при изложении допущено несколько существенных ошибок	Имеющиеся умения в целом позволяют решать поставленные задачи и выполнять требуемые задания, однако имеют место существенные недочеты, требуется дополнительная практика	Средний уровень развития способности относительно группы (развитие способности соответствует ожидаемому), достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий	Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на среднем уровне качества
4,5	очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Имеющиеся умения в целом позволяют решать поставленные задачи и	Уровень развития способности немного выше среднего по группе (немного выше ожидаемого), что	Учебная активность и мотивация проявляются на уровне выше

		подготовки, при изложении допущены 1-2 существенные ошибки	выполнять требуемые задания, навыки сформировались, однако имеют место небольшие недочеты, требуется дополнительная практика	позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания немного продуктивнее и эффективнее, чем это делают большинство обучающихся	среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества
5	отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, при изложении допущены несущественные ошибки	Сформирование умения и навыки в полной мере позволяют решать поставленные задачи и выполнять требуемые задания, опыт достаточный, дополнительная практика не требуется	Уровень развития способности значительно выше среднего по группе (значительно выше ожидаемого), что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания значительно продуктивнее и эффективнее, чем это делают большинство обучающихся	Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества
5,5	превосходно	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или превышающем её, при изложении нет ошибок	Исключительные умения и навыки, большой практический опыт	Очень высокий уровень развития способности, что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания максимально продуктивно и эффективно	Учебная активность и мотивация проявляются на очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять дополнительные задачи на высоком уровне качества

6.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- Круглый стол,
- Дискуссия,
- Устные сообщения.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- Выполнение контрольных заданий по заданным темам, предполагающие самостоятельную работу с научной литературой, умение применять принципы психологического воздействия в исследуемом материале.

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенций.

Типовое задание (круглый стол) по разделу 4: «Имидж Наполеона Бонапарта в системе публичных коммуникаций Нового времени».

Типовое задание (доклад) по разделу 5: «Политическая символика публичной коммуникации в период Американской революции».

Типовые задания (круглый стол) по разделу 6: ««Век эгоизма» (д/ф ВВС, 2004): история создания институтов публичных рилейшнз в США в начале XX века»; «Эдвард Бернайз как практик теоретик PR-деятельности», «Х/ф «Здесь курят!»: специфика лоббирования в системе PR- деятельности в США на современном этапе».

Типовое задание (доклад) по разделу 8: «Формирование институтов по связям с общественностью в современной России. Опыт успешных PR-кампаний».

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **7.1. Основная литература**

1. Всемирная история рекламы / Марк Тангейт ; Пер. с англ. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 286 с. - [Электронный ресурс] URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457872.html> - [КС]

2. Основы рекламы: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013. - 540 с. - [Электронный ресурс] URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394018046.html> - [КС]

3. Макарова Л.С., Толстунова М.А. «Психология массовой коммуникации», размещенного в ФЭОР ННГУ <http://www.unn.ru/books/resources.html>. Дата издания **18.03.2013**. [ФЭОР]

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. - М., 2003. – [Ф-4]
2. Ученова В.В., Старых Н.В. история рекламы. - СПб., 2002. – [Ф-3]
3. Мединский В.Р. Негодяи и гении PR.- СПб., 2008. – [Ф-1]
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. Учебное пособие.- М., 2001. – [Ф-2]
5. Политические коммуникации. Учебное пособие. - М., 2004. – [Ф-5]
6. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика. Учебник.-СПб., 2005. – [Ф-4]
7. Тарле Е.В. Наполеон. – М., 2011. – [Ф-1]
8. Манфред А.З. Наполеон Бонапарт. – М., 1972.- [Ф-1]
9. История печати. Антология в 2-х тт.- М., 2001. – [Ф-20]

### **7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

[www.psyfactor.org](http://www.psyfactor.org) Сайт Центра прикладной психологии  
<http://www.sagepub.com/upm-data/4983> [www.mediastudies.org](http://www.mediastudies.org) (Introduction to Theory of Communication) Сайт Центра по изучению средств массовой информации.  
<http://lamar.colostate.edu/~aeimcpr> Ассоциация по изучению журналистики и массовой коммуникации. Страница для преподавателей по этим специальностям в США и других странах мира.  
[www.regioweb.nl/eic/index.html](http://www.regioweb.nl/eic/index.html) "The European Journalism Center" – информационный форум для журналистов, руководителей средств массовой информации и преподавателей в области журналистики.  
[www.reporter.org](http://www.reporter.org) Сайт «Репортер», обеспечивает информационными ресурсами прессу, преподавателей журналистики.

[www.uark.edu/depts/comminfo/](http://www.uark.edu/depts/comminfo/) Национальная профессиональная организация студентов и практиков в области изучения коммуникаций.  
[www.rupr.ru](http://www.rupr.ru) Общественно-политическая газета на тему коммуникаций  
[www.prcom.ru](http://www.prcom.ru) Центр коммуникативных технологий  
([www.psychology.ru](http://www.psychology.ru)) Психология онлайн

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий.  
Дополнительное материально-техническое обеспечение: доступ к сети Интернет (во время самостоятельной работы).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки - «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

Автор к. ф. наук, доцент Макарова Л.С.

Рецензент (ы) \_\_\_\_\_

Программа одобрена на заседании Методической комиссии Института филологии и журналистики ННГУ