

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

41.03.04 - Политология

Направленность образовательной программы

Политические отношения, процессы и институты

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.09 Теория и практика связей с общественностью 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
ПК-3: Способен к ведению деловой переписки	<p>ПК-3.1: Понимает основные принципы ведения деловой переписки</p> <p>ПК-3.2: Использует правила ведения деловой переписки</p> <p>ПК-3.3: Использует стиль делового общения</p>	<p>ПК-3.1: Знает основные принципы деловой переписки и теоретические аспекты связей с общественностью; Умеет использовать принципы ведения деловой переписки в сфере связей с общественностью; Владеет навыком ведения деловой переписки в сфере связей с общественностью.</p> <p>ПК-3.2: Знает основные правила ведения деловой переписки в сфере связей с общественностью; Умеет использовать правила ведения деловой переписки в сфере связей с общественностью; Владеет навыками применения на практике правил ведения деловой переписки в сфере связей с общественностью.</p> <p>ПК-3.3: Знает стиль делового общения в сфере связей с общественностью; Умеет использовать стиль делового общения в сфере связей с общественностью; Владеет навыками</p>	<p>Доклад-презентация</p> <p>Задания</p> <p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		использования стиля делового общения в сфере связей с общественностью.		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	12
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24
- КСР	1
самостоятельная работа	35
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

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 (часы)	в том числе			
		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. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний.	8	2	2	4	4
Тема 2. Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медiateксты и медиамероприятия).	10	2	4	6	4
Тема 3. Внутрикorporативные связи с общественностью.	9		4	4	5
Тема 4. Имидж: конструирование и позиционирование.	9		4	4	5
Тема 5. Кризисный PR	8	2	2	4	4
Тема 6. Политический PR.	10	2	4	6	4
Тема 7. PR-кампания.	8	2	2	4	4
Тема 8. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий.	9	2	2	4	5
Аттестация	0				

КСР	1			1	
Итого	72	12	24	37	35

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний.

Содержание понятия «связи с общественностью». Анализ определений паблик рилейшнз. Основы коммуникации в связях с общественностью. Паблик рилейшнз и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, маркетинг, лоббирование и т.д.): сходства и различия. Паблик рилейшнз как функция менеджмента. Сферы функционирования связей с общественностью в современном мире. Основные направления PR- деятельности. Модели PR- деятельности. Зарождение практики паблик рилейшнз. Американский опыт функционирования PR. Развитие немецкой и французской школ паблик рилейшнз. Становление и развитие связей с общественностью как вида профессиональной деятельности в России. Современный российский рынок PR-услуг.

Тема 2. Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медiateксты и медиамероприятия).

СМИ как основной канал воздействия на общественность. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью. Управление СМИ и информацией. Способы создания и усиления новостей. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Понятие информационного повода.

Новостные PR – мероприятия (пресс-тур, брифинг, презентация и т.д.). Пресс- конференция как форма подачи информации: основные правила подготовки и проведения. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных мероприятий: анонс, пресс-релиз, биография, бэкграундер, заявление, медиа-кит. Особенности PR – текстов и общие требования к их написанию и оформлению. Медиа-карта.

Тема 3. Внутрикorporативные связи с общественностью.

Управление внутрикorporативными связями с общественностью.

Кorporативная культура. Фирменный стиль. Технологии и инструменты внутрикorporативных связей с общественностью. Роль внутрикorporативной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании.

Тема 4. Имидж: конструирование и позиционирование.

Возникновение имиджа. Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Типология имиджа. Кorporативный имидж.

Тема 5. Кризисный PR

Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризиса. Подготовка к кризисам и информационная деятельность в кризисной ситуации. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.

Тема 6. Политический PR.

Целевые аудитории PR в политической коммуникации. PR в избирательной кампании. Планирование политических кампаний (проведение исследований и анализ предвыборной ситуации, определение целей кампании и выявление контактных групп). Избирательные технологии. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний. Оценка результатов.

Тема 7. PR-кампания.

PR-кампания и ее составляющие. Методы социологических исследований в маркетинге и PR.

Тема 8. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий.

Оценка эффективности PR-кампаний с помощью EAV. Измерение эффективности PR: методика Г.

Тульчинского. Проблемные точки оценки эффективности PR.

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:

- электронный курс "-".

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 - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Темы доклада:

1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России.
2. Основные подходы к определению PR.
3. Мировое и Российское PR-сообщество: становление и развитие.
4. Направления развития российского PR-сообщества.
5. PR и другие дисциплины., общественного движения).
6. Коммуникативные модели PR-технологий.
7. Распространение информации в человеческой среде: фреймовое представление.
8. Диффузная теория Э. Роджерса о пяти ролях, характерных для коммуникативной передачи информации.
9. Теория изменения мнений о распространении информации в человеческой среде.
10. Примеры использования элементарных операций PR:
присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
11. Подготовка выступления на телевидении.
12. Профессия «спичрайтер».
13. Правила подготовки медиа-кита для пресс-конференции.
14. Подготовка презентации.
15. Профессия «спин-доктор». Ее появления и распространение.
16. Морально-этические аспекты профессии «спин-доктор».
17. Конструирование событийного ряда.

18. Основной и дополнительный вес новости.
19. Слухи, их распространение и борьба с ними.
20. Развитие событийного ряда на примере предвыборной кампании кандидата в президенты России.
21. Конструирование персонального имиджа.
22. Роль корпоративной философии и фирменной истории в формировании имиджа организации.
23. Корпоративная идеология.
24. Имидж известного политика, бизнесмена, телезвезды и т. д.
25. Имидж известной организации.
26. Подходы к классификации человеческих потребностей.
27. Бизнес-ритуалы в жизнедеятельности организации.
28. Политический PR и формирование партийной идеологии.
29. Политические перформансы.

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад-презентация)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности, визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории.
отлично	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно при ответе на вопросы.
очень хорошо	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, не перегружено общей информацией, удобно для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности, отвечая на вопросы.
хорошо	Доклад соответствует теме, студент в целом отражает основные проблемы в тексте и выступлении. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, но перегружено общей информацией, тяжело

Оценка	Критерии оценивания
	для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, но испытывает трудности при ответе на вопросы.
удовлетворительно	Доклад в целом соответствует изучаемой теме, но структура не логична, не в полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Выступление не в полной мере раскрывает содержание доклада, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со сложностями при взаимодействии с аудиторией.
неудовлетворительно	Структура доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта.
плохо	Доклад не предоставлен.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по следующим поводам:

1. Фирма выпустила новый продукт на рынок.
2. Переход контрольного пакета акций компании к новому владельцу.
3. Открытие нового коммерческого банка.
4. Открытие нового оптового магазина в сети.
5. Начало строительства новой сверхсовременной гостиницы.
6. Проведение крупного спортивного мероприятия.

Как вы намерены использовать данный медиа-кит?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала.
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера.

Оценка	Критерии оценивания
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы.
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала.
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Тема 1. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний.

1. Есть ли в России PR (связи с общественностью)? Какие формы они принимают?
2. В чем состоит разница между PR и приказом?
3. Что бы вы могли сказать о подходах к определению PR?
4. К какого рода дисциплинам принадлежит PR?
5. Как соотносятся категории: «PR», «журналистика», «пропаганда», «маркетинг», «реклама»?
6. Назовите известных вам специалистов по PR. Охарактеризуйте их деятельность.
7. PR-специалист в России. Кто он? Какие качества ему присущи?
8. Какие виды PR развиваются сейчас в России?

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Коммуникации в PR:

1. это прежде всего межличностные коммуникации
2. это публичные коммуникации
3. это коммуникации через СМИ

Пресс-релиз как вид письменной коммуникации в PR:

1. пресс-релиз направляется в любые организации
2. пресс-релиз – сообщение для СМИ
3. пресс-релиз может быть подписан журналистом

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	100% правильных ответов
отлично	91-99% правильных ответов
очень хорошо	81-90% правильных ответов
хорошо	71-80% правильных ответов
удовлетворительно	51-70% правильных ответов
неудовлетворительно	21-50% правильных ответов
плохо	0-20% правильных ответов

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место	Минимально допустимый уровень знаний.	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, превышающем программу

	оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки	Допущено много негрубых ошибок	программе подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок	программе подготовки . Допущено несколько несущественных ошибок	программе подготовки и. Ошибок нет.	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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами .	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы 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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	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
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	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»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».

	плохо	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 ПК-3

1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России
2. Основные подходы к определению PR. PR и другие науки. Журналистика, реклама, пропаганда, маркетинг.
3. Сфера применения PR. Примеры. Качества специалиста в области PR. Функции и должностные обязанности специалиста в области PR.
4. Модели коммуникации. Обобщение развития модели коммуникации Дж. Грунингом и Т. Хантом
5. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения
6. Пресс-конференция. Особенности подготовки. Пресс-релиз
7. Презентация: их роль, особенности организации и проведении
8. Сущность менеджмента новостей на примере какого-либо события
9. Определение имиджа. Конструирование имиджа организации
10. Определение имиджа. Типы имиджевых характеристик. Конструирование имиджа отдельного человека.
11. Понятие кризисной ситуации. Классификация и типология кризисов
12. Подготовка кризисом, действия PR-команды в кризисных условиях. Типичные ошибки руководители во время кризиса
13. Особенности психологического восприятия информации условиях кризиса
14. PR компании и её составляющие. Программный подход. Формула RACE
15. Политический PR
16. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью, роль и функции специалиста, цели и задачи, инструменты.
17. Оценка эффективности PR-деятельности
18. Форма и средства подачи новостных материалов

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий.
не зачтено	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал.

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

Основная литература:

1. Жильцова О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 337 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9890-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848329&idb=0>.
2. Чумиков А. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871071&idb=0>.
3. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты : Учебно-методическое пособие. Ч. 1. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1 / Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. - 82 с. - Рекомендовано методической комиссией института международных отношений и мировой истории для студентов ННГУ, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=830238&idb=0>.
4. Чумиков Александр Николаевич. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : Учебник / Институт социологии Российской академии наук. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 343 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-013075-0. - ISBN 978-5-16-101069-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837044&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. - Москва : Юрайт, 2023. - 163 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-07448-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=847269&idb=0>.
2. Круглова М. С. Внутрикorporативный PR : методические указания к практическим занятиям для студентов всех форм обучения по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «реклама и связи с общественностью» / Круглова М. С. - Сочи : СГУ, 2021. - 40 с. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=868370&idb=0>.
3. Чумиков Александр Николаевич. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : Учебник / Институт социологии Российской академии наук. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 343 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-013075-0. - ISBN 978-5-16-101069-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=835040&idb=0>.
4. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник для студентов бакалавриата ВПО, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью". - М. : Изд.-торговая корпорация "Дашков и К",

2012. - 485 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01185-6 : 242.00., 3 экз.

5. Шарков Ф.И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Шарков Ф.И.; Бузин В.Н.; Шубрт И. - Москва : Дашков и К, 2023. - 211 с. - ISBN 978-5-394-04771-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=868676&idb=0>.

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

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
5. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>
6. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>
7. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR [электронный ресурс] <https://www.sostav.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 41.03.04 - Политология.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.