



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»
Факультет культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Связи с общественностью в библиотеках
образовательных организаций**

Кафедра библиотековедения и библиографии

Образовательная программа

51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность

Профиль подготовки
Библиотекарь-педагог

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
заочная

Статус дисциплины: входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений

Махачкала, 2021

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в библиотеках образовательных учреждений» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.06 « Библиотечно-информационная деятельность», от «б» декабря 2017 г №1182.

Разработчик: кафедра библиотековедения и библиографии

Суркова Елена Анатольевна – доцент кафедры библиотековедения и библиографии

Рабочая программа дисциплины одобрена:

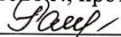
на заседании кафедры Библиотековедения и библиографии

от «22» июня 2021 г., протокол № 10

Зав. кафедрой  Лошаковская З.К.

на заседании Методической комиссии факультета культуры

от «24» июня 2021 г., протокол № 6

Председатель  Гаджиева Р.И.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением
« 9 » июля 2021 г.

Начальник УМУ



А. Г. Гасангаджиева

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» входит в часть основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательного процесса по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность».

Дисциплина реализуется на факультете культуры кафедрой библиотековедения и библиографии.

Задачи дисциплины: – освоение основополагающих понятий теории связей с общественностью в соответствии с классической моделью коммуникационного процесса; – освоение современных технологий коммуникационного менеджмента в деятельности органов власти, политике, особенностях работы ПР-служб в кризисных ситуациях; – формирование практических навыков применения современных методов управления коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК-4, ОПК-5

Учебный курс «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» строится с учетом знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин: Общее библиотековедение, История библиотечного дела в России и за рубежом, Аналитико-синтетической обработки документов.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа студента, контроль самостоятельной работы.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 в академических часах по видам учебных занятий

(заочная форма обучения)

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза мен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
10	72	8	из них			консульт ации	56/2	зачет
			Лекц ии	Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия			

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» являются - сформировать у студентов систему базовых знаний по вопросам функционирования в современном обществе различных видов некоммерческих организаций, по вопросам правового и политического регулирования их деятельности в России и за рубежом.

Сформировать практические навыки разработки PR программ для некоммерческих организаций с использованием всех современных коммуникационных технологий. Согласно требованиям к уровню подготовленности выпускников по данной специальности, учебный курс знакомит студентов с вопросами и проблемами, которые приходится решать специалисту отдела рекламы и PR коммерческих и государственных компаний, а также специалисту по коммуникациям общественных организаций и

благотворительных фондов. Практическая часть курса (кейсы, реконструкция конкретных коммуникационных кампаний) направлена на формирование навыков и умений в сфере решения задач формулирования цели PR коммуникации НКО, выбора целевой аудитории коммуникации, формирования медиастратегии, креативной идеи, медиа инструментария и оценки эффективности решения коммуникативной задачи некоммерческих организаций. В ходе учебного курса студенты встречаются с представителями НКО, а также с агентствами, разработавшими коммуникационный проект для НКО.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» входит в часть основной профессиональной образовательной программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность».

Программа курса строится с учетом знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин: общих курсов «Библиотечноеведение», «Библиографоведение», социология; политология; культура речи и деловое общение; правоведение; менеджмент, управление библиотечным делом..

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОПК - 4	Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики.	Знает: номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность; Умеет: Уметь: адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов; Владеет: навыками применения профессиональных стандартов
ОПК -5	Способен ориентироваться в проблематике современной государственной политики Российской Федерации в сфере культуры	Знает: основные направления государственной политики Российской Федерации в сфере культуры. Умеет: применять нормы государственной политики Российской Федерации в сфере культуры в своей профессиональной деятельности. Владеет: навыками анализа проблем и динамики государственной политики в области сохранения культурного наследия

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

Заочное отделение

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Раздел 1. Роль общественных связей в современном мире.									
1	Тема1. Теоретические основы связей с общественностью	5		2				6	Устный опрос.
2	Тема2. История развития «Паблик рилейшнз»	5			2			6	Устный опрос
3	Тема3. Реклама и связи с общественностью как система коммуникаций..	5		2				6	Устный опрос
	Тема 4. Правовое регулирование рекламы и деятельности по связям с общественностью								
4	Тема 5. Корпоративная культура, имидж, репутация, бренд.	5			2			6	Устный опрос
5	Тема 6Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR -специалистов	5						4	Тестирование. Контрольная работа (КР)
	Итого по модулю 1:	36		4	4			28	
. Раздел 2. Современный специалист в области связей с общественностью.									
6.	Тема 7. Использование средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью	5		2				6	Тестирование. Контрольная работа (КР)
8	Тема 8. Профессиональные требования к современным специалистам по рекламе и связям с общественностью.	5			2			6	Тестирование. Контрольная работа (КР)
9	Тема9. Новейшие коммуникационные	5						6	Устный опрос.

	технологии в СО и рекламе								
10	Тема 10. Социологические исследования в современном медиапланировании..	5		2				6	Контрольная работа
	Итого по модулю 2:	36		4	2			30	Модульная контрольная работа
	Всего:	72		8	6			72/2	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Содержание лекционных занятий

Модуль 1..Роль общественных связей в современном мире.

Тема1. Теоретические основы связей с общественностью

Объективные предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью: экономические, политические, социальные, культурные. Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в США Институционализация связей с общественностью Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в России.

Тема2. История развития «Паблик рилейшнз»

Объективные предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью: экономические, политические, социальные, культурные. Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в США Институционализация связей с общественностью Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в России.

Тема3. Реклама и связи с общественностью как система коммуникаций..

Понятие коммуникативного процесса. Принципиальная схема коммуникации. Условия эффективности коммуникативного процесса. Системы управления информацией: паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью; GR (связи с государственными органами); IR (связи с инвесторами) Технологии рекламы.

Тема 4 Правовое регулирование рекламы и деятельности по связям с общественностью

Регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.

Тема 5. Корпоративная культура, имидж, репутация, бренд.

Понятие корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры. Этапы и специфика формирования корпоративной культуры. Корпоративные издания и корпоративная культура. Понятие имиджа. Структура и функции имиджа: номинативная, коммуникативная, эстетическая, адресная. Формирование имиджа. Понятие репутации. Репутационные стратегии. Формула «репутационного круга» (по Ж.-П. Бодуану). Понятие бренда. Брендинг и ребрендинг. Сайты и корпоративные издания вузов региона как элементы системы связей с общественностью. Имидж территории: особенности формирования. Региональные бренды: история возникновения.

Тема 6. Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов

Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (Афинский и Лиссабонский кодексы, кодекс профессиональных стандартов PRSA, декларация профессиональных стандартов РАСО); неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение

Раздел 2. Современный специалист в области связей с общественностью

Тема 7. Использование средств массовой информации при осуществлении связей

Понятие кампании в сфере связей с общественностью. Типы кампаний. Информационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности. Коммуникационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности. СМИ как инструмент деятельности по связям с общественностью.

Тема 8. Профессиональные требования к современным специалистам по рекламе и связям с общественностью.

Требования по профессиональной подготовке специалиста по связям с общественностью Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям с общественностью Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью: Кодексы профессиональных стандартов PRSA, IPRA, CEPР. Кодекс РАСО. Региональные корпоративные документы

Тема 9. Новейшие коммуникационные технологии в СО и рекламе

Специфика работы PR-специалиста в условиях цифровой медиа-среды. Глобализация информационной деятельности Новые информационнокоммуникационные технологии как основа цифровой экономики. Специфика работы PR-специалиста в условиях цифровой среды. Расширение компетенций и формирование новых навыков работы в области digitalкоммуникаций. PR-технологии в цифровом пространстве. Контентный маркетинг таргетированная реклама. Ньюсджейкинг: продвижение за чужой счет. Мемы как эффективный коммуникационный инструмент

Тема 10. Социологические исследования в современном медиапланировании.

Исследования в области связей с общественностью; использование статистики; вторичные исследования; тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет; социологические исследования аудитории, общественного мнения, контент-анализ.

4.3.2. Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине.

Тема 1. PR в системе социальных отношений:

1. Когда и в каком контексте возник термин «пропаганда»?
2. Когда и в каком контексте возник термин «PublicRelations»?
3. Когда произошло событие, названное «Бостонским чаепитием»? В чем состояла его коммуникационная функция?
4. Что является основным содержанием концепции ПР?

Задания для самостоятельной работы

1. Изучение и анализ учебной и профессиональной литературы. Поиск дополнительной литературы.
2. Подготовка к собеседованию.
3. Выполнение письменного или устного домашнего задания.
4. Написание рефератов по выбранной теме.

Тема 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности. Особенности российского и международного законодательства

Вопросы для самопроверки:

1. В чем заключается понятие правовых направлений в PR-деятельности?
2. Какими основными законами должны руководствоваться специалисты по связям с общественностью?
3. Что представляют собой международные стандарты качества?
4. Что такое этические кодексы и как они осуществляют свою регулятивную функцию?
5. Для каких целей служит общественная сертификация специалистов и организаций, профессионально занимающихся PR-деятельностью?

Тема 3. Технология и содержание PR-деятельности

Вопросы для самопроверки:

1. В чем отличительные особенности таких медиаканалов, как телевидение, пресса, радио, Интернет?
2. Какие виды рекламы на телевидении Вам известны?
3. Назовите базовые PR-документы в отношениях со СМИ. В чем их отличия и преимущества?
4. Какие структуры агентства включены в процесс медиапланирования?

Тема 4 Организация PR-деятельности

Вопросы для самопроверки:

1. Какие профессиональные компетенции есть у PR-специалистов, работающих в российских компаниях?
2. В каких организационных формах осуществляется PR-деятельность?
3. В чем организационное отличие PR-отдела и пресс-службы?
4. Какова стандартная структура PR-отдела?

Тема 5 Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности

Вопросы для самопроверки:

1. Какие задачи решает оценка эффективности PR-деятельности?
2. Что такое «воронка продаж»?
3. Что представляет собой аналитический отчет?
4. Что такое модель «измерительной линейки»? 5. Из чего состоит цикл процесса планирования, исследований и оценки?

Тема 6 Будущее PR. Новые тенденции и технологии

Вопросы для самопроверки:

1. Можно ли выявить предпосылки в том, что в ближайшем будущем рынок PR превзойдет по объемам рынок рекламы? Каковы они?
2. Значимость каких каналов (PaidMedia, EarnedMedia, OwnedMedia, SharedMedia) будет расти в ближайшие годы и почему?
3. Какие из приведенных в главе трендов представляются вам наиболее важными и почему?

5. Образовательные технологии.

В процессе преподавания дисциплины «Связи с общественностью» применяются следующие образовательные технологии: развивающее обучение, проблемное обучение, коллективная система обучения, лекционно-зачетная система обучения, технология

развития критического мышления. При чтении данного курса применяются такие виды лекций, как вводная, лекция-информация, обзорная, проблемная, лекция-визуализация.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах (лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-консультация, проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция с запланированными ошибками), определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе по данной дисциплине они должны составлять не менее 20 часов аудиторных занятий.

Учебная работа и содержание деятельности по дисциплине

Учебная работа подразделяется на следующие виды: занятия в аудитории и самостоятельную работу студентов. В аудитории проводятся лекции и практические (семинарские) занятия.

Организация лекционных занятий

Первое лекционное занятие отличается от остальных занятий вводной частью. Вводная часть занятия происходит следующим образом:

- знакомство с учебной группой (группами);
- рекомендуется список литературы для самостоятельного изучения по предмету и дается ссылка на программу дисциплины в сети Internet;
- дается краткая характеристика дисциплины «Связи с общественностью»;
- описание образовательного процесса по дисциплине в течение семестра.

После этого начинается переход к теме первой лекции. Студенты записывают тему лекции и вопросы, которые будут рассматриваться в ней. Далее излагаются последовательно все вопросы по данной теме. По мере необходимости на доске рисуются диаграммы, графики, таблицы, которые заносят в конспект студенты. Лекции проходят в активной форме: в ходе лекции задаются вопросы аудитории. Приветствуются вопросы от студента к преподавателю.

Примечание. Во время проведения лекционных занятий возможно применение аудио - визуальных средств технических средств.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;
- преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором - указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Дискуссии организуются следующим образом:

- выявляются проблемные вопросы (например - проблема терроризма, от которой страдают люди во многих странах мира);
- студентами предлагаются различные варианты, чтобы жизнь на Земле была более безопасной и комфортной для людей;
- в ходе дискуссий выявляется ряд рациональных решений;
- за наиболее рациональные и оригинальные решения студенты получают оценки.

В предложенных решениях оцениваются полнота охвата и глубина знания проблемы, четкость, аргументированность решений.

Организация решения задач в режиме соревнования.

Группе предлагается задача, которую надо решить правильно и быстро, насколько это возможно. Если наблюдается затруднение в решении, то выдаются подсказки, которые способствуют решению задачи. В решениях задач оценивается ясность, четкость, логичность, а также быстрота решения. За правильное и оперативное решение студенты получают оценки. Если же и после подсказки у группы сохраняется проблема с решением задачи, то преподаватель на доске показывает группе полное решение с подробным объяснением метода решения задачи.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и изучению дисциплины.

Самостоятельная работа, наряду с лекционным курсом и практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций». Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий. В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и материалы социологических исследований. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю. В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы: - аудиторная; - внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины. Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, подготовка реферата, тестирование и др.

- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий, подготовка к деловым играм и т.д. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов. Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Методические указания к написанию рефератов

В процессе учебной деятельности огромная роль отводится организации самостоятельной работе студентов, которая тесным образом взаимосвязана с аудиторной. СРС нацелена на работу студентов с первоисточниками, предусматривает анализ проблемных ситуаций, связанных с формированием информационной культуры личности.

Основным видом СРС является реферат. Рефераты обеспечивают закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе СРС с источниками. В реферате должны отражаться различные точки зрения специалистов библиотечного дела на рассматриваемую проблему. Тематика рефератов посвящена проблемам формирования общей информационной культуры личности и особенности формирования информационной культуры с учетом профиля деятельности

Оценка выполнения СРС

Система оценивания самостоятельной работы студентов основывается на следующих критериях:

1. точность ответа на поставленный вопрос;
2. логичность и последовательность изложения;
3. полнота и глубина рассматриваемого вопроса, проблемы;
4. способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами;
5. способность самостоятельно анализировать и обобщать информационный материал;
6. умение формулировать цели и задачи работы;
7. структурная упорядоченность оформления материала;
8. соблюдение меры при оформлении материалов (объем, шрифты, интервалы, таблицы, рисунки, ссылки) на компьютере.

Индивидуальная учебная деятельность обучающихся оценивается по общепринятой в РФ пятибалльной системе:

- "5" - отлично;
 - "4" - хорошо;
 - "3" - удовлетворительно;
 - "2" - неудовлетворительно;
- зачет и незачет.

Минимальным проходным баллом в системе высшего образования является оценка удовлетворительно и зачет.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания.

Вопросы к зачету

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью.

2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
3. Профессиональные требования к современным специалистам по связям с общественностью.
4. Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по связям с общественностью,
5. Профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование.
6. Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью.
7. Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты.
8. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей
9. Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов
10. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (Афинский и Лиссабонский кодексы, кодекс профессиональных стандартов PRSA).
11. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения специалиста (декларация профессиональных стандартов РАСО).
12. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
13. Сущность и принципы связей с общественностью.
14. Управление связями с общественностью на предприятии (организации).
15. Презентации, их цели и особенности проведения.
16. Конференции, их виды и правила подготовки.
17. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью.
18. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
19. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
20. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
21. Ответственность за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, ее незаконное получение и использование.
22. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
23. Понятие технологий в связях с общественностью. Типы технологий.
24. Понятие публицити. Структура механизма публицити. Требования к программе публицити.
25. Специально организованные события. Виды. Особенности подготовки.
26. Составление концепции события: бюджет, творческая группа.
27. Бюджет. Составляющие PR-бюджета. Расчет бюджета для PR-отдела
28. Спонсорство. Типы спонсорства. Спонсорский пакет. Заявка на спонсорство.
29. Определение «выставка» и «ярмарка». Типы ярмарок и выставок.
30. Характеристики выставок. PR-планирование при подготовке выставки
31. Выбор экспонатов и выставочной программы

Тематика курсовых работ

1. Особенности связей с общественностью в некоммерческих организациях.
2. История становления и развития PR.
3. Цели PR-деятельности в некоммерческих организациях. 4. Роль связей с общественностью в некоммерческих организациях.
5. Организационный статус некоммерческих организаций в современной России.
6. Основные характеристики некоммерческих организаций
7. Типология некоммерческих организаций.
8. Функции некоммерческих организаций в жизни общества.
9. Правовое регулирование деятельности некоммерческих организаций (ФЗ РФ «О некоммерческих организациях»).
10. Сфера деятельности некоммерческих организаций.
11. Социальная деятельность как основной признак некоммерческих организаций.
12. Основные принципы классификации некоммерческих организаций.
13. Историческая ретроспектива появления и сферы деятельности Российских некоммерческих организации.
14. Цели коммерческих и некоммерческих организаций.
15. Особенности и проблемы развития связей с общественностью в социальной сфере (на примере учреждений образования, здравоохранения и др.)
16. Миссии коммерческих и некоммерческих организаций: общее и особенное
17. Связи с общественностью в коммерческой сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации)
18. Спонсорство и благотворительность как PR-деятельность в организациях: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития
19. PR-деятельность и современные рекламные стратегии: их взаимосвязь, тенденции и перспективы развития
20. Создание и продвижение бренда в сфере спорта;
21. Разработка новых подходов при проведении кампаний по связям с общественностью в образовательной сфере;
22. Роль, функции, зона ответственности и эффективность деятельности рекламного агентства в рамках комплексной рекламно-маркетинговой деятельности предприятия.
24. Разработка комплексной рекламной кампании организации, товара, услуги, бренда на конкретном практическом примере.
25. Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

А). Основная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва :Юрайт, 2018. – 197 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438207> (дата обращения: 22.08.2018)
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва :Юрайт, 2018. – 337 с. – Режим доступа: <https://www.biblioonline.ru/bcode/433657>
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва :Юрайт, 2018. – 552 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425190> (
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии : учебное пособие / ред. В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 199 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7567-0598- 0 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104079>

5. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Юрайт, 2018. – 263 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432040>
6. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие / А.Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 160 с. : ил. - (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978- 5-7567-0749-6 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456536>
7. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учебное пособие / А.Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. : ил. - (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7567-0715-1 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456576>

Дополнительная литература

1. Дроздов, Р. К. Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Р. К. Дроздов. – Рязань : РГУ, 2016. – 136 с. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/2117>
2. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие / Л.В. Минаева. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 288 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7567-0585-0 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104322>
3. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз : [пер. с англ.] / Ньюсом, Даг, Д. В. Тёрк. - 7-е изд. - М. : Имидж-контакт: ИНФРА-М, 2001. - 627 с. : ил. ; 24 см. - (Современные консалтинговые технологии). - Библиогр. в примеч. в конце гл. - ISBN 5-16-000794-7 (ИНФРА-М) : 500-00.
4. Жанры PR-текста : учеб. пособие / А. Д. Кривоносов. - СПб. : С.-Петербур. ун-т, 2001. - 135 с. - 80-00.
5. Паблик рилейшнз : краткий курс лекций для бакалавров направления 080200.62- "Менеджмент", профиль подгот. - "Маркетинг". Ч.1 / Газалиева, Написат Имангазалиевна ; Минобрнауки России, Дагест. гос. ун-т. - Махачкала : Изд-во ДГУ, 2013. - 55 с. - 36-50.
6. Щербинин, А.И. Конструирование города-бренда : научное издание / А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина, А.В. Севостьянов ; Национальный исследовательский Томский государственный университет. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 240 с. : табл. - Библиогр.: с. 224-233. - ISBN 978-5- 7567-0939-1 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495999> 5.3

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 07.06.2018 21:05). – Яз. рус., англ.
2. IPRBOOKS: электронно-библиотечная система [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала, – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL <http://www.iprbookshop.ru/366.html>
3. Образовательный портал ДГУ Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала,. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://edu.dgu.ru/my/> (дата обращения: 02.05.2018).
4. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. –

Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru/?q=node/724> свободный (дата обращения: 02.03.2018).

5.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Преподавание дисциплины «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» предполагает организацию систематической работы студентов по освоению содержания предмета и овладению практических умений и навыков творческой и управленческой деятельности в сфере PR. В процессе освоения дисциплины необходимо придерживаться программы учебной дисциплины. Раскрытие содержания дисциплины «Связи с общественностью в библиотеках образовательных организаций» предполагает организацию взаимодействия преподавателя и студентов на лекциях, практических занятиях и особенно в процессе самостоятельной работы студентов. Для активизации познавательной, творческой и исследовательской деятельности студентов целесообразно использовать задания для самостоятельной работы, которые способствуют не только усвоению знаний студентами в области PR-деятельности, но и приобретению практических умений и навыков реализации механизмов создания и управления общественным мнением. Эффективность преподавания курса «Связи с общественностью» повышается посредством организации проектной работы студентов, направленной на выявление и анализ направлений PR-деятельности, специфики субъектов общественного мнения, проведение PR-кампаний среди различных групп молодежи. Руководство проектной деятельностью студентов продуктивно вести, используя прием алгоритмизации познавательного процесса. Студентам перед началом самостоятельной работы предлагаются планы анализа и практических действий, в частности, план анализа и моделирования PR-кампании, характеристики субъекта общественного мнения, схема анализа личного и корпоративного имиджа. Содержание практических занятий предполагает самостоятельную работу студентов с литературой по проблеме изучаемой дисциплины, критическое осмысление материала с современных позиций PR-деятельности, разработку творческих заданий разных типов, выступление студентов с докладами и сообщениями, апробация исследовательских методик, проведение микро-PR-кампаний, фрагменты ролевых и деловых игр и т.п.

При необходимости лицам с ОВЗ может быть предоставлено дополнительное время для подготовки к ответу на зачете или экзамене, выполнения задания по самостоятельной работе. Студент с ограниченными возможностями здоровья обязан: выполнять требования образовательных программ, предъявляемые к степени овладения соответствующими знаниями; самостоятельно сообщить в соответствующее подразделение по работе со студентами с ОВЗ о наличии у него подтвержденной в установленном порядке ограниченных возможностей здоровья, жизнедеятельности и трудоспособности (инвалидности) необходимости создания для него специальных условий; соблюдать установленный администрацией университета «Порядок предоставления услуг по созданию специальных условий»

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Реализация различных видов учебной работы (включая, использование библиотечных сайтов, электронной почты и т.п.) по данной дисциплине не требует установки специального лицензионного программного обеспечения в аудиториях и компьютерных классах ДГУ.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств (аудиовизуальных, компьютерных и телекоммуникационных). Оборудование учебной аудитории: экран, мультимедийный проектор, ноутбук.