

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика связей с общественностью

Кафедра философии и социально-политических наук
Факультет психологии и философии

**Образовательная программа
41.03.04 Политология**

Направленность (профиль) программы
Общий

Уровень высшего образования
Бакалавриат

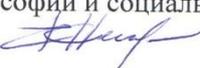
Форма обучения
Очная

Статус дисциплины:
дисциплины по выбору

Махачкала, 2021

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 41.03.04 Политология, уровень бакалавриата от 23 августа 2017 г. № 814.

Разработчик:

Кафедра философии и социально-политических наук, кандидат философских наук, доцент  Саркарова Н.А..

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры философии и социально-политических наук от «09» 06 2021 г., протокол № 9

Зав. кафедрой



Яхьяев М.Я.

на заседании Методической комиссии факультета психологии и философии от «09» 07 2021 г., протокол № 4

Председатель



Билалов М.И.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением от «09» 07 2021 г.

(Начальник УМУ



Гасангаджиева А. Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» входит в основную профессиональную образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 41.03.04 Политология, профиль подготовки общий, как дисциплина по выбору.

Дисциплина реализуется на факультете психологии и философии кафедрой философии и социально-политических наук. В системе образования студентов данный курс занимает важное место, так как представляет собой комплекс знаний о политике, сложных проблемах политической жизни, процессах функционирования политических систем современности.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных ОПК-5; ОПК-7; ПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельная работа

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: Формы контроля текущей успеваемости: устный опрос, тестирование, коллоквиум, контрольная работа, защита рефератов

Форма промежуточного контроля: экзамен.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе в академических 108 часов по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:							
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен	
		всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР		
1	72		18		16		18	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются сформировать у студентов научный подход к восприятию и оценке содержания области связей с общественностью, выработать умение соотносить теоретическую базу «пиарологии» с прикладным характером сферы СО.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» входит в основную профессиональную образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 41.03.04 Политология, профиль подготовки общий, как дисциплина по выбору.

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» выполняет специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента; косвенно предполагается овладение философскими, историческими, религиоведческими и культурологическими знаниями.

Логически и содержательно-методически дисциплина «Философия» связана с другими дисциплинами, прежде всего философией, социологией, религиоведением, логикой, этикой, культурологией и другими с их ориентацией на формирование современной мировоззренческой культуры.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОПК-5. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	ОПК-5.1. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности.	<p>Знает: Способы формирования дайджестов и аналитических материалов общественно-политической направленности по профилю деятельности.</p> <p>Умеет: формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности.</p> <p>Владеет: Навыками формирования дайджестов и аналитических материалов общественно-политической направленности по профилю деятельности.</p>	Письменный и устный опрос
	ОПК-5.2. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы для публикации в научных материалах для публикации в научных журналах и средствах массовой информации по профилю деятельности	<p>Знает: - способы формирования дайджестов и аналитических материалов для публикации в научных журналах и средствах массовой информации по профилю деятельности</p> <p>Умеет: - формировать дайджесты и аналитические материалы для публикации в научных журналах и средствах массовой информации по профилю деятельности</p> <p>Владеет: - навыками формирования дайджестов и аналитических материалов для публикации в научных журналах и средствах массовой информации</p>	

		по профилю деятельности	
ОПК-7. Способен составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	ОПК-7.1 Составлять отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами.	<p>Знает:</p> <p>- алгоритм составления отчетной документации по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами.</p> <p>Умеет:</p> <p>- Составлять отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами.</p> <p>Владеет:</p> <p>- навыками составления отчетной документации по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами.</p>	Самостоятельное выполнение творческой работы, подготовка научного сообщения

	<p>ОПК-7.2. Готовить и представлять сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств</p>	<p>Знает - технику подготовки и представления сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств</p> <p>Умеет - подготавливать и представлять сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств.</p> <p>Владеет - навыками подготовки и представления сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств</p>	
<p>ПК-3. Способность осуществлять аналитическую работу над содержанием политических средств массовой информации, а также определение обобщенных характеристик аудитории сайта</p>	<p>ПК-3.1. Способен вести аналитическую работу над тематическим содержанием политических средств массовой информации</p> <p>ПК-3.2. Способен выводить на основе аналитических данных обобщенные характеристики аудитории сайта</p>	<p>Знает Основной круг своих профессиональных обязанностей, а также стилистические требования к написанию научных и публицистических статей</p> <p>Умеет осуществлять аналитическую работу над содержанием политических средств массовой информации.</p> <p>Владеет навыками аналитической работы над содержанием политических средств массовой информации.</p> <p>Знает: алгоритм выведения на основе аналитических данных обобщенных характеристик аудитории сайта.</p> <p>Умеет: анализировать данные и выводить обобщенные характеристики аудитории сайта;</p> <p>Владеет: навыками синтеза разнородных дискурсов в</p>	<p>Устный опрос</p>

		политической сфере и выводить на основе этого прогнозы динамики развития.	
--	--	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

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

4.2. Структура дисциплины

№ 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	Контроль самост. раб	Экзамен		
Модуль 1. Связи с общественностью, место в коммуникационных системах									
По стандарту		5		16	16		36	40	
1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	5		2	2			5	Устный опрос, знание категориального минимума
2	Связи с общественностью как социальный феномен	5		2	2			5	Презентация, устный опрос, чтение первоисточника
3	Паблик рилейшнз и общественное мнение	5		2	2			5	Устный опрос, знание категориального минимума
4	Место PR в различных коммуникационных системах	5		2	2			5	Устный опрос, знание категориального минимума
Итого по 1 модулю 1:36				8	8			20	

Модуль 2. Регулирование деятельности с сфере связей с общественностью									
5	Правовое обеспечение связей с общественностью	5		2	2			5	Устный опрос, знание категориального аппарата
6	Профессиональная культура и этика специалиста по связям с общественностью	5		2	2			5	Презентации, знание категориального аппарата
7	Управление корпоративными коммуникациями. Природа корпоративной культуры.	1		4	2			5	
8	Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Ребрендинг.	1		2	2			5	
	Итого по 2 модулю 2:36	5		8	8			20	
	ИТОГО:			18	16			38	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по модулям и темам

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Введение и история философии

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по модулям и темам

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Связи с общественностью, место в коммуникационных системах.

Тема 1. Теоретико-методологические основы связей с общественностью

Особенности научного знания о связях с общественностью. Структура научного знания о связях с общественностью. Анализ определений СО. Понятия «связи с общественностью» и «паблик рилейшнз» (PR). Понятие «пиарология». Предмет и задачи науки о связях с общественностью. Методы пиарологии. Пиарология в системе других наук. Развитие и концепция паблик рилейшнз.

Этапы PR-деятельности. Основные элементы планирования и реализации СО. 10

звеньев процесса планирования цепи управления СО. Планирование программ в СО. Определения проблемы. Типология программ в СО.

Тема 2. Связи с общественностью как социальный феномен

Значение и содержание публич рилейшнз. Цели, задачи, принципы и функции СО. Субъект, объект СО. Причины возникновения деятельности, виды деятельности (пресс-посредничество, промоушн, коммуникативной публицити, пропаганда, реклама и маркетинг). Рынок услуг по связям с общественностью. Связи с общественностью и их место в современном мире. «Публич рилейшнз» - управление восприятием с помощью организованных коммуникаций.

Понятие «общественность». Классификация групп общественности. Целевые аудитории в связях с общественностью. Исследование менталитета

Тема 3. Публич Рилейшнз и общественное мнение

Публич рилейшнз как способ налаживания диалога с общественностью. Общественное мнение как объект деятельности в связях с общественностью. Понятие общественного мнения в социологии, психологии и теории связей с общественностью. История изучения общественного мнения. Содержание общественного мнения и его структура. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью. Качественные параметры изучения общественного мнения. Методика исследования общественного мнения. Модификация опроса. Структура вопросника. Интервьюер и опрашиваемый как факторы общения. Понятие организации и ее функциональной структуры. PR-подразделения в высших органах государственной власти. PR-подразделения в федеральных и местных органах государственной власти. PR-подразделения в коммерческих структурах. Функции специалиста по СО, его статус в организации.

Тема 4. Место PR в различных коммуникационных системах

Место PR в различных коммуникационных системах. 2 часа. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК). RACE-ROSIE-глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной Коммуникационная модель маркетинга. системе. Цикл ИМК. Коммуникационная модель маркетинга.

Модуль 2. Регулирование деятельности с сфере связей с общественностью

Тема 5. Правовое обеспечение связей с общественностью

Понятия «Этика» и «право». Со как объект правового регулирования. Нормы международного права в связях с общественностью. Основные международно-правовые акты, регулирующие право человека на информацию. Закон РФ «О средствах массовой информации». Российское законодательство о PR-деятельности. Федеральные законы «О рекламе», «Об информации, информатизации и защите информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», «Об общественных объединениях». Правовые основы управления информацией. СО в политике: право и выборы. Авторское право в маркетинговых коммуникациях.

Тема 6. Профессиональная культура и этика специалиста по связям с общественностью.

Коммуникативная культура специалиста по СО. Понятие профессиональной культуры. Профессиональная этика специалиста по СО. Этические кодексы в СО: Римская хартия, Хельсинская хартия, Афинский кодекс, Лиссабонский кодекс и др. Особенности деятельности российских СО- специалистов. Содержание профессиональной культуры

специалиста по СО.
Международные организации: Американское общество паблик рилейшнз (PRSA), Канадское общество паблик рилейшнз (CPRS), Институт паблик рилейшнз Великобритании (JPR), Международная ассоциация PR(IPRA), Европейская конфедерация по СО - СЕРП (CERP). Российские объединения специалистов по СО: РАСО, Ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей (Россия). Периодические профессиональные издания по связям с общественностью в России. Национальные рынки СО.

Тема 7. Управление корпоративными коммуникациями. Природа корпоративной культуры.

Понятие, содержание корпоративной культуры. Философия общей судьбы (корпоративная философия). Миссия организации. Структура корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Конструирование корпоративного имиджа. Понятие имидж. Корпорация и корпоративное позиционирование. Корпоративные кодексы. Слоган. Правовое обеспечение продвижения имиджа. Фирменный стиль: планирование системы формальных идентификационных признаков. Фирменный стиль в общем контексте деятельности специалиста по СО. Минимальный пакет компонентов фирменного стиля. Носители фирменного стиля.

Тема 8. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Ребрендинг

Фирменный стиль в общем контексте деятельности специалиста по СО. Минимальный пакет компонентов фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Понятия «бренд», «брендинг». Сущность бренда, типы брендов. Бренд как элемент культуры организации. Бренд-менеджмент как стратегия управления культурой организации. Брендинг в бизнесе. Брендинг в политике. Социальный брендинг. Региональный брендинг. Медиабрендинг. Антибрендинг. Суть ребрендинга. Ребрендинг как PR-акция. Технология ребрендинга. Неклассические инструменты PR-ребрендинга (эвент маркетинг, мобильный маркетинг, директ-мейл).

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине

Модуль 1. Связи с общественностью, место в коммуникационных системах.

Тема 1. Теоретико-методологические основы связей с общественностью

1. Особенности научного знания о связях с общественностью. Структура научного знания о связях с общественностью. Анализ определений СО.
2. Понятия «связи с общественностью» и «паблик рилейшнз» (PR).
3. Понятие «пиарология». Предмет и задачи науки о связях с общественностью. Методы пиарологии.
4. Этапы PR-деятельности. 10 звеньев процесса планирования цепи управления СО. Планирование программ в СО.

Тема 2. Связи с общественностью как социальный феномен

1. Цели, задачи, принципы и функции СО. Субъект, объект СО.
2. Причины возникновения деятельности, виды деятельности (пресс-посредничество, промоушн, коммуникативной паблисита, пропаганда, реклама и маркетинг).
3. Рынок услуг по связям с общественностью. «Паблик рилейшнз» - управление восприятием с помощью организованных коммуникаций.

4. Понятие «общественность». Классификация групп общественности. Целевые аудитории в связях с общественностью. Исследование менталитета

Тема 3. Паблик Рилейшнз и общественное мнение

1. Общественное мнение как объект деятельности в связях с общественностью. Понятие общественного мнения в социологии, психологии и теории связей с общественностью.
2. История изучения общественного мнения. Содержание общественного мнения и его структура.
3. Социально-психологические основы управления общественным мнением
4. Методика исследования общественного мнения. Модификация опроса. Структура вопросника. Интервьюер и опрашиваемый как факторы общения.

Тема 4. Место PR в различных коммуникационных системах

1. Место PR в различных коммуникационных системах.
2. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК). RACE-ROSIE-глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе.
3. Цикл ИМК. Коммуникационная модель маркетинга.

Модуль 2. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью

Тема 5. Правовое обеспечение связей с общественностью

1. Со как объект правового регулирования. Нормы международного права в связях с общественностью.
2. Основные международно-правовые акты, регулирующие право человека на информацию. Закон РФ «О средствах массовой информации».
3. Российское законодательство о PR-деятельности. Федеральные законы «О рекламе», «Об информации, информатизации и защите информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», «Об общественных объединениях».
4. Правовые основы управления информацией. СО в политике: право и выборы. Авторское право в маркетинговых коммуникациях.

Тема 6. Профессиональная культура и этика специалиста по связям с общественностью.

1. Коммуникативная культура специалиста по СО. Понятие профессиональной культуры. Профессиональная этика специалиста по СО.
2. Этические кодексы в СО: Римская хартия, Хельсинская хартия, Афинский кодекс, Лиссабонский кодекс и др.
3. Международные организации: Американское общество паблик рилейшнз (PRSA), Канадское общество паблик рилейшнз (CPRS), Институт паблик рилейшнз Великобритании (JPR), Международная ассоциация PR(IPRA), Европейская конфедерация по СО - СЕРП (CERP). Российские объединения специалистов по СО: РАСО, Ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей (Россия).
4. Периодические профессиональные издания по связям с общественностью в России. Национальные рынки СО.

Тема 7. Управление корпоративными коммуникациями. Природа корпоративной культуры.

1. Понятие, содержание корпоративной культуры. Философия общей судьбы (корпоративная философия). Миссия организации.
2. Структура корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру.
3. Конструирование корпоративного имиджа. Понятие имидж. Корпорация и корпоративное позиционирование. Корпоративные кодексы. Слоган. Правовое обеспечение продвижения имиджа.
4. Фирменный стиль: планирование системы формальных идентификационных признаков. Фирменный стиль в общем контексте деятельности специалиста по СО. Минимальный пакет компонентов фирменного стиля.

Тема 8. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Ребрендинг

1. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Понятия «бренд», «брендинг». Сущность бренда, типы брендов. Бренд как элемент культуры организации.
2. Бренд-менеджмент как стратегия управления культурой организации. Брендинг в бизнесе. Брендинг в политике. Социальный брендинг. Региональный брендинг. Медиабрендинг. Антибрендинг.
3. Суть ребрендинга. Ребрендинг как PR-акция. Технология ребрендинга. Неклассические инструменты PR-ребрендинга (эвент маркетинг, мобильный маркетинг, директ-мейл).

5.Образовательные технологии

- традиционные и интерактивные лекции
- традиционные семинары, семинары-конференции
- деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций
- консультации преподавателя
- самостоятельная работа студентов (подготовка рефератов, докладов)

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Основными видами самостоятельной работы студентов являются:

- работа с учебной и справочной литературой,
 - конспектирование первоисточников,
 - выполнение индивидуальных домашних заданий, задач и упражнений,
 - изучение научной литературы по отдельным темам курса,
 - подготовка рефератов, научных сообщений по темам,
 - подготовка докладов к научным конференциям
1. Перечень основной, словарно-справочной и дополнительной литературы размещен на сайте кафедры.
 2. Первоисточники, обязательные и рекомендованные к конспектированию имеются в учебно-методическом кабинете кафедры.
 3. Индивидуальные задания, задачи и упражнения по разделам представлены на сайте кафедры.
 4. Электронная версия тестовых заданий по всем разделам курса имеется в кабинете кафедры.

5. Электронная версия методических указаний по организации самостоятельной работы имеется на кафедре философии и социально-политических наук факультета психологии и философии ДГУ.
6. Электронная библиотека учебных и контрольно-обучающих программ имеется на кафедре.

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

7.1 Тематика докладов и рефератов

1. PR: определение, сущность, функции.
2. PR, реклама и пропаганда. Сходство и отличие.
3. История развития связей с общественностью.
4. История становления связей с общественностью в России.
5. Прикладные социологические исследования. Выборка.
6. Основные методы сбора информации. Опросы. Их виды и значение.
7. Коммуникация: понятие, модели, виды, PR как функция коммуникативного
8. История возникновения и развития PR в США
9. История возникновения и развития PR в Европе.
10. PR и неформальные коммуникации.
11. Информационная война в PR.
12. PR как профессия.
13. Паблизити и PR: понятие, методы использования.
14. Пропаганда и PR: общее и отличие.
15. Политический PR: понятие, цели, задачи, особенности.
16. PR для шоу-бизнеса.
17. PR и лоббирование.
18. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
19. Имидж PR в обществе.
20. PR и общественное мнение.
21. PR и интернет.
22. Международные профессиональные организации. Краткая характеристика.
23. PR - подразделения в коммерческих организациях.
24. PR - подразделения в государственных учреждениях.
25. Приёмы: их сущность, назначение и подготовка
26. Специализации в PR: лоббист.
27. Современная пресс –служба.
28. Специализации в PR: политический консультант, технолог.
29. Специализации в PR: спиндоктор (новостной менеджер)
30. Специализации в PR: PR-менеджер.
31. Этические основы в PR.
32. PR – служба в финансовом учреждении (банке)

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие связей с общественностью. Структура и функции связей с общественностью. Основные профессиональные термины
2. Основные модели связей с общественностью
3. Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в США
4. Основные этапы формирования связей с общественностью как профессии в России
5. Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям

- с общественностью. Требования по профессиональной подготовке специалиста по связям с общественностью
6. Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью: кодексы профессиональных стандартов
 7. Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью
 8. Корпоративная инфраструктура связей с общественностью
 9. Типология специалистов по связям с общественностью
 10. Информирование общественности. Формирование общественного мнения
 11. Управление кризисными ситуациями. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления
 12. Связи с общественностью в политике в государственном управлении: миссия и основные направления
 13. Связи с общественностью в бизнесе и гражданском секторе: миссия и основные направления
 14. Понятие целевой аудитории. Виды целевых аудиторий
 15. Понятие ключевой аудитории. Характеристика ключевых аудиторий
 16. Понятие кампании в сфере связей с общественностью. Типы кампаний
 17. Информационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности
 18. Коммуникационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности
 19. СМИ как инструмент деятельности по связям с общественностью. Принципы взаимодействия со СМИ. Мониторинг СМИ
 20. Классификация рабочих мероприятий в связях с общественностью
 21. Пресс-конференция и брифинг. Типы, правила подготовки и проведения
 22. Новостной повод. Основания для новостного повода. Оформление и представление новостного повода
 23. Выставка. Виды выставок. Правила подготовки и проведения
 24. Экскурсия. Виды экскурсий. Правила подготовки и проведения
 25. Презентация. Типы презентаций. Правила подготовки и проведения
 26. Эксклюзивные мероприятия в связях с общественностью
 27. Общественные слушания. Правила подготовки и проведения
 28. Благотворительные акции. Виды благотворительных акций. Правила подготовки и проведения
 27. Виды рабочих документов в связях с общественностью. Информационные документы. Имиджевые документы
 28. Жанровые разновидности PR-текста
 29. Пресс-релиз. Пресс-пакет. Назначение, правила подготовки и оформления
 30. Статья в прессу. Заявления для прессы. Назначение, правила подготовки и оформления
 31. Отчет организации, летопись организации, биография руководства
 32. Понятие корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры
 33. Понятие имиджа. Структура и функции имиджа. Формирование имиджа
 34. Понятие репутации. Репутационные стратегии. Формула
 35. Позиционирование в деятельности по связям с общественностью: принципы, каналы, средства, приемы

36. Консультирование деятельности по связям с общественностью: типы, технология
37. Понятие манипулирования. Манипулирование и деятельность по связям с общественностью: объективные предпосылки, виды, приемы, способы защиты от манипуляции
38. Исследования в области связей с общественностью: назначение, типы, программа, методы, источники информации, оформление и использование результатов

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 50 % и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов
 - участие на практических занятиях – 50 баллов
 - подготовка доклада, реферата – 40 баллов
- Промежуточный контроль по дисциплине включает:
- устный опрос - 20
 - письменная контрольная работа – 50 баллов
 - тестирование – 30 баллов

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

а) адрес сайта курса: http://dgu.ru/sveden/OOP_DGU

б) основная литература:

- 1) Михайлов, Ю. М. Связи с общественностью по-русски : практическое пособие / Ю. М. Михайлов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 306 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694> (дата обращения: 15.04.2021). – ISBN 978-5-4475-1871-4. – DOI 10.23681/253694. – Текст : электронный.
- 2) Мандель, Б. Р. Книжное дело и история книги: иллюстрированное учебное пособие : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – Часть 2. – 422 с. : цв. ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241220>). – Библиогр.: с. 393-402. – ISBN 978-5-4475-1498-3. – DOI 10.23681/241220. – Текст : электронный.
- 3) Марусева, И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И. В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – Часть 2. Практикум. – 751 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3961-0. – DOI 10.23681/271838. – Текст : электронный.
- 4) Журавлев, И. А. Анализ современного состояния и перспектив развития печатных СМИ (российский и зарубежный опыт): выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) / И. А. Журавлев ; Курский государственный университет, Факультет филологический, Кафедра теории и практики журналистской работы. – Курск : б.и., 2018. – 80 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562304> (). – Текст : электронный.

в) дополнительная литература:

- 1) Кудрявцева, М. Е. Развитие творческих способностей личности в контексте подготовки специалистов по связям с общественностью : учебное пособие / М. Е. Кудрявцева. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 202 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223220> (). – ISBN 978-5-4458-5666-5. – DOI 10.23681/223220. – Текст : электронный.
- 2) Ильина, Л. Придать форму общественному мнению : учебное пособие / Л. Ильина ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259147> (). – Текст : электронный.
- 3) Мандель, Б. Р. Книжное дело и история книги: иллюстрированное учебное пособие : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – Часть 2. – 422 с. : цв. ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241220> (дата обращения: 15.04.2021). – Библиогр.: с. 393-402. – ISBN 978-5-4475-1498-3. – DOI 10.23681/241220. – Текст : электронный.

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

- 1) eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Махачкала, 2021 – . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 07.04.2021). – Яз. рус., англ.
- 2) Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 07.04.2021).
- 3) 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>, свободный (дата обращения: 07.04.2021).
- 4) <http://elibrary.ru> Научная электронная библиотека. Доступ из сети интернет.
- 5) <http://filosof.historic.ru/enc/item/f00/s10/a001094.shtml> Цифровая библиотека по философии. Доступ из сети интернет.
- 6) <http://terme.ru/dictionary/195/word/subs> Национальная философская энциклопедия. Доступ из сети интернет.
- 7) <http://iph.ras.ru/elib/2869.html> институт философии РАН - философская энциклопедия. Доступ из сети интернет.
- 8) http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy Словари и энциклопедии на Академике. Доступ из сети интернет.
- 9) <http://cathedra.dgu.ru/?id=1479> Доступ к электронным ресурсам кафедры философии и социально-политических наук
- 10) <http://www.edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование». Доступ из сети интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В ходе учебного процесса студент выполняет следующие виды работ:

- конспектирование лекций, первоисточников и другой учебной литературы;

- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх;
- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по тематическому обзору;
- выполнение контрольных работ, творческих эссе, рефератов, др. учебных заданий; - решение тестовых заданий;
- работа с философскими словарями, справочниками, энциклопедиями;
- работа с вопросами для самопроверки;
- моделирование и/или анализ конкретных проблемных ситуаций ситуации;

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- 1) выработка навыков восприятия, понимания и анализа оригинальных философских текстов (классических и современных);
- 2) формирование навыков критического, исследовательского отношения к предъявляемой аргументации, развитие способности схватывания и понимания философских аспектов различных социально и личностно значимых проблем;
- 3) развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу;
- 4) развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении философских проблем.

Для решения первой задачи студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу работы классических и современных философов (либо их разделы). Результаты работы с текстами обсуждаются на семинарских занятиях, посвященных историческим типам философии, другим разделам курса. Навыки критического отношения к философской аргументации вырабатываются при выполнении студентами заданий, требующих нахождения аргументов «за» или «против» какого-либо философского тезиса, развития либо опровержения той или иной философской позиции. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и оригинальной философской литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью письменных самостоятельных (контрольных) работ. Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде «диспутов» или «конференций», при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

Одним из видов самостоятельной работы студентов является написание творческой работы по заданной либо согласованной с преподавателем теме. Творческая работа (эссе) представляет собой оригинальное произведение объемом от 10 до 15 страниц текста (до 3000 слов), посвященное какой-либо значимой классической либо современной философской проблеме. Творческая работа не является рефератом и не должна носить описательный характер, большое место в ней должно быть уделено аргументированному представлению своей точки зрения студентами, критической оценке рассматриваемого материала и проблематики, что должно способствовать раскрытию творческих и аналитических способностей.

Основная учебная литература и методические пособия имеются в читальном зале Научной библиотеки ДГУ общим объемом не менее 500 экз., а также в методическом кабинете кафедры философии и социально-политических наук общим объемом не менее 50 экз. Отдельные учебные материалы также находятся на сайте кафедры философии и социально-политических наук ДГУ (см. www.dgu.ru/). Рекомендуется также активно использовать электронные библиотеки таких учебных порталов как www.philosophy.ru/ и др. базы

данных, информационно-справочные и поисковые системы, среди которых можно назвать следующие:

- Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>
- Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
- Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

Перечень рекомендуемой литературы к учебно-методической подготовке студентов в ходе самостоятельной работы и электронные средства обучения (в частности, электронный учебник по философии, электронный философский словарь и др.) предоставляются студентам во время практических занятий.

Разделы и темы для самостоятельного изучения соответствуют систематическому плану и предполагают более углубленную работу с учебной литературой. Результаты самостоятельной работы проверяются в ходе тестирования, экспресс-опроса, проверки письменных работ.

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

1. Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word ит. д);
2. Дистанционное взаимодействие со студентами;
3. Образовательная платформа ДГУ MOODL;
4. Образовательный блог для изучения курса "Философии"*;
5. Полезные ссылки журналов и сайтов по философии*;
6. Программное обеспечение электронного ресурса ДГУ;
7. Статьи из журналов перечня ВАК профессорско-преподавательского состава кафедры*;
8. Электронное издание УМК*.

* Информация вывешена на сайте кафедры философии и социально-политических наук в разделах: образовательный блог, публикации, полезные ссылки.

Прямая ссылка кафедры <http://cathedra.icc.dgu.ru/AcademicLife.aspx?Value=15&id=118>

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины: компьютерный класс, Интернет-центр ДГУ, кабинет кафедры философии и социально-политических наук.