

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических наук и  
технологий

Протокол от «26» августа 2016 г.

№8

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**адаптированная для обучающихся инвалидов и обучающихся с  
ограниченными возможностями здоровья**

## **СОВРЕМЕННЫЕ PR-ПРАКТИКИ**

(Б1.Б.19)

Совр. PR-практики

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль): «реклама и связи с общественностью в  
публичной и частной сферах»  
квалификация выпускника: бакалавр  
форма обучения: очная

Год набора – 2017

Новосибирск, 2016 г.

**Автор – составитель:**

К.и.н. доцент, декан факультета ПиМО С.В. Козлов

Заведующий кафедрой ПНиТ А.Ю. Малышев

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения адаптированной образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре адаптированной образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	11
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации .....	11
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.....	14
4.3. Оценочные средства промежуточной аттестации.....	16
4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.....	19
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ....	21
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	23
6.1 Основная литература .....	23
6.2 Дополнительная литература. ....	24
6.3 Нормативные правовые документы.....	26
6.4 Интернет-ресурсы. ....	23
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	27

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения адаптированной образовательной программы

1.1. Дисциплина «Современные PR-практики» (Б1.Б.19) обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-4.2	Способен применять профессиональные знания и навыки в области PR и рекламы при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-5.1	Способен применять профессиональные знания и навыки в области PR и рекламы при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-4.2	на уровне знаний: методов планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
		на уровне умений: применять на практике методы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий
		на уровне навыков: владения современными технологиями проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
	ОПК-5.1	на уровне знаний: основных элементов, этапов и методов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
		на уровне умений: выбора целевых аудиторий при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
		на уровне навыков: определять соответствие целевой аудитории и канала коммуникации

## 2. Объем и место дисциплины в структуре адаптированной образовательной программы

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единицы.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 84 час. (32 час. лекций, 54 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 132 час.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: *зачет, экзамен.*

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.Б.19 «Современные PR-практики» изучается студентами очной формы обучения на 2 курсе в 3-4 семестрах.

Дисциплины реализуется после изучения дисциплины Б1.Б.14 Статистика.

## 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				
			л	лр	пз	КСР	
<i>Очная форма обучения</i>							
<b>Раздел 1</b>	<b>Введение в медиарилейшнз</b>	<b>32</b>	<b>6</b>		<b>6</b>		<b>20</b>
Тема 1.1	Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ	10	2		2		6 Для лиц с нарушениями зрения: Опрос устный Для лиц с нарушениями слуха: Опрос письменный Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Опрос устный/ письменный
Тема 1.2	Феномен новостей	12	2		2		8 Для лиц с нарушениями зрения: Тестирование Для лиц с нарушениями слуха: Тестирование Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Тестирование
Тема 1.3	Информационный повод	10	2		2		6 Для лиц с нарушениями зрения: Опрос устный Для лиц с нарушениями слуха: Опрос письменный Для лиц с нарушениями

							опорно-двигательного аппарата: Опрос устный/ письменный
<b>Раздел 2</b>	<b>Технологии взаимодействия с прессой</b>	<b>40</b>	<b>8</b>		<b>8</b>	<b>24</b>	
Тема 2.1	Пресс-релиз	10	2		2	6	Для лиц с нарушениями зрения: Опрос устный Для лиц с нарушениями слуха: Опрос письменный Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Опрос устный/ письменный
Тема 2.2	Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ	10	2		2	6	Для лиц с нарушениями зрения: Тестирование Для лиц с нарушениями слуха: Тестирование Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Тестирование
Тема 2.3	Пресс-конференция	10	2		2	6	Для лиц с нарушениями зрения: Письменные практические задания Для лиц с нарушениями слуха: Письменные практические задания Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Письменные практические задания
Тема 2.4	Другие виды мероприятий для журналистов	10	2		2	6	Для лиц с нарушениями зрения: Доклад Для лиц с нарушениями слуха: Доклад Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Доклад
<b>Промежуточная аттестация</b>							Зачёт
<b>Раздел 3</b>	<b>Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями</b>	<b>114</b>	<b>12</b>		<b>22</b>	<b>80</b>	
Тема 3.1	Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий	42	4		8	30	Для лиц с нарушениями зрения: Опрос устный Для лиц с нарушениями слуха: Опрос письменный Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Опрос устный/ письменный
Тема 3.2	Технологии подготовки публичных мероприятий	42	4		8	30	Для лиц с нарушениями зрения: Тестирование Для лиц с нарушениями

							слуха: Тестирование Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Тестирование
Тема 3.3	Технология подготовки речей (спичрайтинг)	30	4		6	20	Для лиц с нарушениями зрения: Письменные практические задания Для лиц с нарушениями слуха: Письменные практические задания Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Письменные практические задания
<b>Раздел 4</b>	<b>PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства</b>	<b>74</b>	<b>6</b>		<b>16</b>	<b>52</b>	
Тема 4.1	PR-практики в бизнесе	46	4		10	32	Для лиц с нарушениями зрения: Опрос устный Для лиц с нарушениями слуха: Опрос письменный Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Опрос устный/ письменный
Тема 4.2	PR-практики в сфере государственного управления	28	2		6	20	Для лиц с нарушениями зрения: Доклад Для лиц с нарушениями слуха: Доклад Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Доклад
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>36</b>					<b>Экзамен</b>
<b>Всего:</b>		<b>252</b>	<b>32</b>		<b>52</b>	<b>132</b>	

## Содержание дисциплины

### Раздел 1. Введение в медиарилейшнз

#### Тема 1.1. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ

Роль медиарилейшнз в осуществлении информационной политики организации. Массмедиа как универсальный посредник между организацией и другими целевыми аудиториями. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. СМИ как канал коммуникации и контактная аудитория. Классификация средств массовой информации. Печатные, электронные и Интернет-СМИ. Достоинства и недостатки различных типов медиа. Массовые и корпоративные медиа. Общеинформационные, тематические и деловые медиа. Типизация СМИ по ареалу распространения. Типизация СМИ по форме собственности. «Блок

коммуникатора» и его структура: внешний заказчик, внутренний заказчик, креативный исполнитель, технический исполнитель. Объекты налаживания контактов в ходе медиарилейшнз. Управление СМИ и управление информацией. Управление СМИ как использования административно-правовых регуляторов и ресурсов. Прямое и косвенное управление СМИ. Механизм управления информацией. Этапы управления информацией: формирование собственного информационного потока; сегментирование информационного потока, подача акцентированной информации; приоритетная поставка информации, информационное партнерство; оптимизация формы и стиля подачи материалов. Приёмы управления информацией, используемые для воздействия на целевые аудитории. Основные документы медиарилейшнз. Медиа-карта и её структура.

### **Тема 1.2. Феномен новостей**

Способность конструирования новостей как ключевой элемент медиарилейшнз. Понятие новости. Роль новостей в PR-коммуникации и медиарилейшнз. Варианты производства новостей по *Д. Маккуэйлу*. Возможные варианты тем новостей. Производство новостей. Смысловая и повествовательная концепции новостного производства. Роль ньюсмейкера. Задачи СМИ в рамках разных концепций новостного производства. Методы конструирования новостей. 32 способа создания новостей для организации *Г. Камерона*. «Основной» и «дополнительный вес» новости. Менеджмент новостей (спиндокторинг) как коррекция информационных поводов в кризисных ситуациях. Различия профессий спиндоктора и журналиста. Виды спина: до-спин, после-спин, торнадо-спин, контроль кризиса и уменьшение ущерба. Этапы менеджмента новостей. Работа спиндоктора по управлению освещением событий. Методы торможения и ускорения информации. Дополнительные функции спина.

### **Тема 1.3. Информационный повод**

Информационный повод как событие, значимое для СМИ. Понятие новостного повода. Критерии значимости информационного повода. Типовые информационные поводы и их раскрытие. Критерии эффективности информационных поводов по *М.В. Гундарину*. Аспекты события, позволяющие раскрыть информационный повод: описание события, предмет события, количественные характеристики события, участники события, финансовые характеристики события, социальные характеристики события. Слабые и устаревшие информационные поводы: сущность и особенности раскрытия.

## **Раздел 2. Технологии взаимодействия с прессой**

### **Тема 2.1. Пресс-релиз**

Пресс-релиз как актуально социально значимое сообщение для СМИ. Цель



написания и распространения пресс-релиза. Достоинства пресс-релиза как новостного жанра. Правила, позволяющие придать информационному сообщению статус новости. Общие требования к пресс-релизу. Структурные элементы пресс-релиза: вводная часть, основная часть, служебная часть. Заголовок пресс-релиза и требования к нему. Лид-абзац (подзаголовок) как краткое содержание новости. Принцип перевернутой пирамиды. Требования к основному тексту пресс-релиза. Бэкграундер. Технические правила оформления пресс-релиза. Анонсирующий и новостной пресс-релизы. Краткий и развёрнутый анонсы. Правила размещения пресс-релизов.

## **Тема 2.2. Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ**

Бэкграундер (информационное письмо) как материал, предоставляющий дополнительную информацию. Структура бэкграундера. Требования к бэкграундеру. Рассылка бэкграундеров. Биография (биографическая справка) как документ, содержащий фактическую информацию о конкретном человеке. Требования к биографической справке. Виды биографий: биография-конспект, биография-рассказ, биография-повествование. Факт-лит (фактическая справка) как набор фактов об организации. Типы факт-листов. Лист вопросов-ответов. Заявление для СМИ как жанр, объясняющий позицию организации. Статья. Разновидности статей: имиджевая, авторская (байлайнер), обзорная, занимательная (фичер). Письмо в редакцию. Интервью и его использование в PR-практике. Формы интервью: интервью-монолог, интервью-диалог, интервью-зарисовка и коллективное интервью. Медиа-кит как набор материалов для прессы. Состав медиа-кита. Расположение документов в папке.

## **Тема 2.3. Пресс-конференция**

Пресс-конференция как PR-мероприятие. Преимущества пресс-конференции. Факторы, обеспечивающие успех пресс-конференции. Причины нецелесообразности проведения пресс-конференции. Участники пресс-конференции со «стороны организации»: ньюсмейкер, координатор, модератор, эксперт и вспомогательный персонал. Участники пресс-конференции со «стороны СМИ»: журналисты, настроенные позитивно; журналисты, настроенные негативно; журналисты, настроенные нейтрально. Первый этап пресс-конференции – планирование и оповещение СМИ. Сценарий пресс-конференции. Время проведения пресс-конференции. Использование анонсирующих пресс-релизов. Второй этап пресс-конференции – подготовка помещения и участников. Изготовление и размещение указателей. Выбор площадки для пресс-конференции: достоинства разных вариантов. Оборудование помещения для пресс-конференции. «Группа встречи» и её функции. Внутренний брифинг. Третий этап – проведение пресс-конференции. Начало пресс-конференции. Вступительное слово модератора и спикера. 10 правил для спикера.

Рекомендации для модератора и спикера. Финальная речь. Четвёртый этап – после пресс-конференции. Значение неформального общения. Фуршет, его роль и организация. Пресс-клипинг как контроль и анализ вышедших в СМИ материалов.

#### **Тема 2.4. Другие виды мероприятий для журналистов**

Брифинг как короткое оперативное выступление перед журналистами. Различия пресс-конференции и брифинга. Особенности формата брифинга. Экскурсия для журналистов и пресс-тур. Цели посещения журналистами объектов. Организация пресс-тура. Прочие мероприятия, предполагающие личный контакт с журналистами: презентации, дегустации, пресс-ланчи, пресс-приёмы, конкурсы для СМИ. Мероприятия, специально для прессы не предназначенные.

### **Раздел 3. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями**

#### **Тема 3.1. Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий**

Деловое письмо. Информационный релиз как безличное информационное послание. Основные виды информационных релизов: бизнес-релиз, специальный релиз для потребителей, финансовый релиз. Приглашение на специальное мероприятие. Особенности оформления приглашения. Буклет, проспект как печатная продукция, издаваемая организацией для распространения информации о своей деятельности среди различных целевых аудиторий. Виды буклетов: буклет-визитка, буклет-заказ, буклет-инструкция, буклет-календарь. Структура буклета.

#### **Тема 3.2. Технологии подготовки публичных мероприятий**

Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации. Специальные события. Задачи, решаемые специальными событиями. Семинар. Конференция. «Круглый стол». Презентация. Проведение выставок. Церемонии открытия. Дни открытых дверей.

#### **Тема 3.3. Технология подготовки речей (спичрайтинг)**

Первый этап спичрайтинга – сбор и анализ информации. Основные вопросы, ответы на которые должен получить спичрайтер. Второй этап спичрайтинга – формирование плана выступления и расчет времени. Рабочий план выступления. Таблица расчёта времени. Третий этап спичрайтинга – подготовка проекта текста выступления. Технология написания текста выступления. Специальные приёмы, призванные облегчить восприятие текста. Оформление текста выступления. Четвертый этап спичрайтинга – репетиция. «Импровизаторы» и «педанты». Основные

правила публичного выступления.

## **Раздел 4. PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства**

### **Тема 4.1. PR-практики в бизнесе**

Задачи, решаемые PR-специалистами в бизнес-структурах. Управление репутацией. Поддержка маркетинга. Отношения с инвесторами. Взаимоотношения с персоналом. Лоббирование. Специфика поддержания отношений со СМИ. Фандрайзинг. Медиааудит и аналитика в бизнес-PR. PR в управлении кризис-конфликтом. Модель антикризисного управления.

### **Тема 4.2. PR-практики в сфере государственного управления**

Отличия PR-технологий в сфере государственного управления от бизнес-PR: различие по целям, различие по ресурсам, различие по ответственности, различие в мотивах, различие в окружении. Основные аспекты государственного PR: реактивные коммуникации, проактивные коммуникации, спиндокторинг, модерирование обратной связи, формирование и поддержание имиджа «первых лиц», формирование и поддержание имиджа государств а и отдельных его институтов, пропагандистский режим PR-коммуникации в чрезвычайных ситуациях. Основные направления деятельности PR-службы в сфере государственного управления. Взаимодействие с населением. Взаимодействие с выборными должностными лицами. Взаимодействие с сотрудниками. Взаимодействие со СМИ.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Современные PR-практики» Б1.Б.19 используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<b>Тема (раздел)</b>		<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Введение в медиарилейшнз</b>	
Тема 1.1	Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ	Для лиц с нарушениями зрения: Устный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями слуха: Письменный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Устный ответ на вопросы
Тема 1.2	Феномен новостей	Для лиц с нарушениями зрения: Электронное тестирование с использованием

		<p>специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента.</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Электронное тестирование .</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента.</p>
Тема 1.3	Информационный повод	<p>Для лиц с нарушениями зрения: Устный ответ на вопросы</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Письменный ответ на вопросы</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Устный ответ на вопросы</p>
<b>Раздел 2</b>	<b>Технологии взаимодействия с прессой</b>	
Тема 2.1	Пресс-релиз	<p>Для лиц с нарушениями зрения: Устный ответ на вопросы</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Письменный ответ на вопросы</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Устный ответ на вопросы</p>
Тема 2.2	Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ	<p>Для лиц с нарушениями зрения: Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента.</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Электронное тестирование .</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента.</p>
Тема 2.3	Пресс-конференция	<p>Для лиц с нарушениями зрения: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в устной форме или размещенных в электронном виде в кабинете студента, где используется специализированное программное обеспечение.</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в письменной форме, или размещенных в электронном виде в кабинете студента</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в устной/письменной форме, или размещенных в электронном виде в кабинете студента</p>
Тема 2.4	Другие виды мероприятий для журналистов	<p>Для лиц с нарушениями зрения: Предоставление доклада в печатном виде, выполненного с помощью ассистента или с использованием специализированных техн. средств и программного обеспечения, выступление с презентацией с помощью ассистента или с использованием специализированных техн. средств и программного обеспечения.</p> <p>Для лиц с нарушениями слуха: Предоставление доклада в печатном виде, (возможно выступление с презентацией с помощью сурдопереводчика и/ или специализированных техн. средств и программного обеспечения).</p> <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Предоставление доклада в печатном виде, возможно выполненного с помощью ассистента, выступление с презентацией с помощью ассистента и/ или</p>

		специализированных техн. средств и программного обеспечения.
<b>Раздел 3</b>	<b>Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями</b>	
Тема 3.1	Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий	Для лиц с нарушениями зрения: Устный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями слуха: Письменный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Устный ответ на вопросы
Тема 3.2	Технологии подготовки публичных мероприятий	Для лиц с нарушениями зрения: Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента. Для лиц с нарушениями слуха: Электронное тестирование . Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения или с помощью ассистента.
Тема 3.3	Технология подготовки речей (спичрайтинг)	Для лиц с нарушениями зрения: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в устной форме или размещенных в электронном виде в кабинете студента, где используется специализированное программное обеспечение. Для лиц с нарушениями слуха: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в письменной форме, или размещенных в электронном виде в кабинете студента Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Выполнение письменных практических заданий, заданных преподавателем в устной/письменной форме, или размещенных в электронном виде в кабинете студента
<b>Раздел 4</b>	<b>PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства</b>	
Тема 4.1	PR-практики в бизнесе	Для лиц с нарушениями зрения: Устный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями слуха: Письменный ответ на вопросы Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Устный ответ на вопросы
Тема 4.2	PR-практики в сфере государственного управления	Для лиц с нарушениями зрения: Предоставление доклада в печатном виде, выполненного с помощью ассистента или с использованием специализированных техн. средств и программного обеспечения, выступление с презентацией с помощью ассистента или с использованием специализированных техн. средств и программного обеспечения. Для лиц с нарушениями слуха: Предоставление доклада в печатном виде, (возможно выступление с презентацией с помощью сурдопереводчика и/ или специализированных техн. средств и программного обеспечения). Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: Предоставление доклада в печатном виде, возможно выполненного с помощью ассистента, выступление с презентацией с помощью ассистента и/ или специализированных техн. средств и программного обеспечения.

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и экзамена.

Зачет /экзамен проводится по билетам. В одном билете 2 вопроса. Примерные вопросы находятся в п. 4.3 рабочей программы дисциплины.

Для обучающихся с нарушением зрения

экзамен проводится в устной (возможно с помощью ассистента или использованием специализированного программного обеспечения) форме по билетам. Содержание билета доводится до обучающегося ассистентом или с использованием специализированного программного обеспечения.

Для обучающихся с нарушением слуха

экзамен проводится в устной (возможно с помощью сурдопереводчика) форме по билетам.

Для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата экзамен проводится в устной (возможно с помощью ассистента или использованием специализированного программного обеспечения) форме по билетам.

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

Материалы текущего контроля успеваемости предоставляются в формах, адаптированных к конкретным ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся:

**для лиц с нарушениями зрения:** в устной форме или в форме электронного документа с увеличенным шрифтом с использованием специализированного программного обеспечения.

**для лиц с нарушениями слуха:** в печатной форме или в форме электронного документа.

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:** в устной форме или печатной форме или в форме электронного документа.

При проведении текущего контроля успеваемости обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены СИУ – филиал РАНХиГС или могут использоваться собственные технические средства.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа или на выполнение заданий.

#### **Типовые практические задания**

1. Составить конспект по теме «Общие требования к пресс-релизу».
2. Составить конспект по теме «Структурные элементы пресс-релиза».
3. Разработать вариант буклета как печатной продукции, издаваемой организацией для распространения информации о своей деятельности среди различных целевых аудиторий.
4. Разработать вариант проспекта как печатной продукции, издаваемой организацией для распространения информации о своей деятельности среди различных целевых аудиторий.
5. Подготовить реферат по теме «PR-технологии в системе маркетинга: теория, практика, case study».

6. Подготовить реферат по теме «Коммуникативные технологии в политической сфере и общественной жизни».

### **Типовые вопросы для подготовки к устным опросам**

#### **Раздел 1. Введение в медиарелейшнз**

1. Роль медиарелейшнз в осуществлении информационной политики организации.
2. СМИ как канал коммуникации и контактная аудитория
3. Медиа-карта и её структура
4. Управление СМИ и управление информацией

#### **Раздел 2. Технологии взаимодействия с прессой**

1. Пресс-конференция как PR-мероприятие.
2. Участники пресс-конференции со «стороны организации».
3. Участники пресс-конференции со «стороны СМИ».
4. Этапы пресс-конференции.

#### **Раздел 3. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями**

1. Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации.
2. Задачи, решаемые специальными событиями.
3. Технологии подготовки и проведения специальных мероприятий.

#### **Раздел 4. PR-практики в различных сферах коммуникативного пространства**

1. Задачи, решаемые институтом PR в бизнесе.
2. Отличия государственного и коммерческого PR.
3. Особенности PR в кризисных ситуациях.

#### **Типовые варианты тестового задания**

1. Медиа-кит может включать в себя:
  - a. *пресс-релиз*
  - b. *медиа-план*
  - c. *закрытую информацию о конкурентах*
2. Специализированные PR-подразделения государственных институтов относятся к ...
  - a. *базисным субъектам PR-коммуникации*
  - b. *технологическим субъектам PR-коммуникации*
  - c. *амбивалентным субъектам PR-коммуникации*

#### **Примерные темы докладов**

1. Принцип «перевернутой пирамиды».

2. «Шапка» пресс-релиза: правила подготовки.
3. Правила размещения пресс-релизов.
4. Факторы, обеспечивающие успех пресс-конференции.
5. Сценарий пресс-конференции.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

**4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения адаптированной образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом их формирования.**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-4.1.	Способен находить, обобщать, анализировать информацию, использовать ее обработки при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий
		ОПК-4.2	Способен применять профессиональные знания и навыки в области PR и рекламы при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-5.1	Способен применять профессиональные знания и навыки в области PR и рекламы при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Рекомендуемые средства (методы) оценивания
ОПК-4.1. Способен находить, обобщать, анализировать информацию, использовать ее обработки при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий	Демонстрирует понимание и умения находить, обобщать, анализировать информацию.  Владеет методами обработки информации при	Продемонстрировал владения методами информационного исследования при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий  .  Проявил способности в	Опрос Практические работы Выполнение и устная защита расчетных заданий



	<p>подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Понимает возможности оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>использовании различных методов при оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	
<p><b>ОПК-4.2.</b> Способен применять профессиональные знания и навыки в области PR и рекламы при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Демонстрирует знание коммуникационных составляющих рекламной кампании.</p> <p>Знает и умеет формировать этапы планирования, реализации и контроля коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Показывает способность использовать современные технологии проведения публичных мероприятий.</p> <p>Демонстрирует способность оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Адекватно и полно показал знания элементов и этапов формирования программы коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Показал готовность к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Продемонстрировал владение современными технологиями проведения публичных мероприятий.</p> <p>Проявил знания и способности оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Опрос</p> <p>Выполнение проектных заданий.</p> <p>Защита презентаций.</p> <p>Практические задания.</p>

#### 4.3.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Оценочные средства промежуточной аттестации предоставляется в доступной форме

**для лиц с нарушениями зрения:** в устной форме или в форме электронного документа с увеличенным шрифтом с использованием специализированного программного обеспечения

**для лиц с нарушениями слуха:** в печатной форме или в форме электронного

документа.

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:** в устной форме или печатной форме или в форме электронного документа.

### **Примерные вопросы** для подготовки к экзамену

1. Роль медиарелейшнз в осуществлении информационной политики организации.
2. Массмедиа как универсальный посредник между организацией и другими целевыми аудиториями.
3. Классификация средств массовой информации.
4. Управление СМИ как использования административно-правовых регуляторов и ресурсов.
5. Механизм управления информацией.
6. Основные документы медиарелейшнз.
7. Способность конструирования новостей как ключевой элемент медиарелейшнз.
8. Роль новостей в PR-коммуникации и медиарелейшнз.
9. Смысловая и повествовательная концепции новостного производства.
10. Менеджмент новостей (спиндокторинг) как коррекция информационных поводов в кризисных ситуациях.
11. Информационный повод как событие, значимое для СМИ.
12. Аспекты события, позволяющие раскрыть информационный повод
13. Слабые и устаревшие информационные поводы: сущность и особенности раскрытия.
14. Пресс-релиз как актуально социально значимое сообщение для СМИ.
15. Общие требования к пресс-релизу.
16. Анонсирующий и новостной пресс-релизы. Правила размещения пресс-релизов.
17. Бэкграундер (информационное письмо) как материал, предоставляющий дополнительную информацию.
18. Биография (биографическая справка) как документ, содержащий фактическую информацию о конкретном человеке.
19. Факт-лит (фактическая справка) как набор фактов об организации.
20. Статья как PR-материал.
21. Медиа-кит как набор материалов для прессы.
22. Пресс-конференция как PR-мероприятие.
23. Участники пресс-конференции.
24. Этапы пресс-конференции.
25. Другие виды мероприятий для журналистов
26. Деловое письмо. Информационный релиз как безличное информационное послание.
27. Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации.
28. Специальные события.
29. Технология подготовки речей (спичрайтинг).

30. Задачи, решаемые PR-специалистами в бизнес-структурах.  
 31. PR в управлении кризис-конфликтом.  
 32. Отличия PR-технологий в сфере государственного управления от бизнес-PR.  
 33. Основные аспекты государственного PR.  
 34. Основные направления деятельности PR-службы в сфере государственного управления.

### Шкала оценивания

Таблица 2

Экзамен (5-балльная шкала)	Критерии оценки
2 (0-50)	Компетенции, предусмотренные образовательной программой дисциплины, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.
3 (51-64)	Компетенции, предусмотренные образовательной программой дисциплины, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
4 (65-84)	Компетенции, предусмотренные образовательной программой дисциплины, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
5 (85-100)	Компетенции, предусмотренные образовательной программой дисциплины, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач.

#### 4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.

##### Методические материалы по процедуре оценивания обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Порядок проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме

для лиц с нарушениями зрения: в устной форме или в форме электронного документа с использованием специализированного программного обеспечения

для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме или в форме электронного документа.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в устной форме или в печатной форме, или в форме электронного документа.

Студент обязан явиться на экзамен в указанное в расписании время. Опоздание на экзамен не допускается. В порядке исключения на экзамен могут быть допущены лица, предъявившие оправдательные документы, связанные с причинами опоздания.

Во время проведения экзамена студентам запрещается иметь при себе и использовать средства связи. Использование материалов, а также попытка общения с другими студентами или иными лицами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные перемещения и т.п. являются основанием для удаления студента из аудитории и последующего проставления оценки «неудовлетворительно».

Обучающимся инвалидам и обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости по личному устному или письменному заявлению предоставляется дополнительное время для подготовки ответа или выполнения задания (не более чем на 30 мин.).

**Ответы на вопросы и выполненные задания обучающиеся** предоставляют в доступной форме:

**для лиц с нарушениями зрения:** в устной форме или в письменной форме с помощью ассистента, в форме электронного документа с использованием специализированного программного обеспечения

**для лиц с нарушениями слуха:** в электронном виде или в письменной форме.

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:** в устной форме или в письменной форме или в форме электронного документа (возможно с помощью ассистента).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения допускается использование дистанционных образовательных технологий, адаптированных для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены образовательным учреждением или могут использоваться собственные технические средства.

Промежуточная аттестация по дисциплине определяет уровень сформированности этапов компетенций, предусмотренных адаптированной образовательной программой.

По результатам зачета в ведомость выставляется оценка: «зачтено», «не зачтено».

По итогам сдачи экзамена в ведомость выставляется оценка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Современные PR-практики» предназначена для того, чтобы сформировать у студентов целостное представление об основах PR как информационно-коммуникативной деятельности.

### **Методические рекомендации для обучающихся**

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

### **Методические рекомендации при составлении конспекта статей, подготовке доклада**

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых,

студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентации при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

### **Краткие методические рекомендации по написанию контрольной работы**

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно-исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4,

гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1 Основная литература**

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : принципы и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Ф. Китчен. — Электрон. дан. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 455 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/52532>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.
2. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и

связей с общественностью) : учеб. пособие : в 2 ч. / С. В. Козлов; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Ч. I: Теоретические основы интегрированных коммуникаций. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. – С. 107-151; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.

3. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью): учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 – Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2: Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. – 215 с.; то же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2016). – Загл. с экрана.

4. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — Электрон. дан. — Москва : Дело, 2016. — 520 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/51076>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.

## **6.2 Дополнительная литература.**

1. PR-технологии : сб. публ. лекций для оч. формы обучения по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью / сост. Е. А. Сазонов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - фил. РАНХиГС. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 173 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.

2. Баранов, Д. Е. PR. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко. — Электрон. дан. — Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 352 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/17007.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.

3. Барежев, В. А. Организация и проведение PR-кампаний : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 050400 "Соц.-экон. образование" / В. А. Барежев, А. А. Малькевич. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 166 с.

4. Бердников, И. П. PR-Коммуникации [Электронный ресурс] : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. — 2-е изд. – Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 208 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/5959.html>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.



5. Березняков, Д. В. Средства массовой информации и PR-технологии: учеб.-метод. комплекс для дистанц. обучения и самостоят. работы студентов / Д. В. Березняков; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Сиб. акад. гос. службы. – Новосибирск, 2006. – 100 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 07.08.2016). – Загл. с экрана.
6. Березняков, Д. В. Управление общественными отношениями (паблик рилейшнз): учеб. пособие для дистанц. обучения и самостоят. работы / Д. В. Березняков; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Сиб. акад. гос. службы. – Новосибирск, 2005. – 176 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 07.08.2016). – Загл. с экрана.
7. Гринберг, Т. Э. Политические технологии. PR и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т. Э. Гринберг. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021.html>, требуется авторизация (дата обращения: 07.08.2016). – Загл. с экрана.
8. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: учеб. пособие / М. В. Гундарин. – Москва : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. – 336 с.
9. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью: Учебное пособие для высшей школы / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов; под общ. ред. С.Д. Резника. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Академический проект, 2004. – 432 с.
10. Королько, В. Г. Основы паблик рилейшнз: учеб. для вузов / В. Г. Королько. – Москва : Рефл-бук, 2002. – 528 с.
11. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учеб. для студентов вузов по специальности 350400 «Связи с общественностью» / В. Ф. Кузнецов; Ин-т гуманитар. образования (ИГУМО). – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва : Аспект Пресс, 2008. – 301 с.
12. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, 2000. – 624 с.
13. Романов, А. А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / А. А. Романов. – Электрон. дан. - Москва : Евраз. открытый ин-т, 2010. - 183 с. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.
14. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : уч. пособ. / А. Ю. Русаков. – Москва : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 224 с.
15. Теория и практика связей с общественностью: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью» / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. – 2-е изд. –

Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 233 с.

16. Управление общественными отношениями: учебник / Под общ. ред. В. С. Комаровского. – Москва : Изд-во РАГС, 2009. – 350 с.

17. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 184 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/21062>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). - Загл. с экрана.

18. Шишкина, М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : учеб. пособие / М. А. Шишкина. – Санкт-Петербург : Изд-во Паллада-медиа, 2002. – 444 с.

### **6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**

1. Березняков, Д. В. Средства массовой информации и PR-технологии: учеб.-метод. комплекс для дистанц. обучения и самостоят. работы студентов / Д. В. Березняков; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Сиб. акад. гос. службы. – Новосибирск, 2006. – 100 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 07.08.2016). – Загл. с экрана.

### **6.4 Нормативные правовые документы.**

1. О рекламе : федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38–ФЗ // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2006. – №12. – Ст. 1232.

2. О средствах массовой информации : федеральный закон от 27.12.1991 г. № 2124-1 // Российская газета. – 08.02.1992. – №32.

3. Об информации, информационных технологиях и защите информации : федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // Собр. законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3448.

4. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: федеральный закон от 09.02.2009 №8-ФЗ // Собр. законодательства РФ. – 2009. – № 7. – Ст. 776.

### **6.5 Интернет-ресурсы.**

1. Международный пресс-клуб [Электронный ресурс] / Международный пресс-клуб. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pressclub.host.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

2. Первая российская PR-компания «Никколо М» [Электронный ресурс] / Первая российская PR-компания «Никколо М». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://nikkolom.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

3. Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс] / Профессиональный PR-портал. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с

экрана.

4. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] / Российская ассоциация по связям с общественностью. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

5. Связи с общественностью в государственных структурах [Электронный ресурс] / Связи с общественностью в государственных структурах. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://gospr.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

6. Со-Общение [Электронный ресурс] / Со-Общение. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.soob.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

7. Центр политических технологий [Электронный ресурс] / Центр политических технологий. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ww.cpt.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

8. PR в России [Электронный ресурс] / PR в России. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.rupr.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

9. Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов [Электронный ресурс] / Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

10. PRNews [Электронный ресурс] / PRNews. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.prnews.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

11. PR-online [Электронный ресурс] / PR-online. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pronline.ru//>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

## **6.5 Иные источники**

Не используются

## **7. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.**

7.1. Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по дисциплине (включая электронные базы периодических изданий), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

в форме электронного документа с использованием

специализированного программного обеспечения;

Для обучающихся с нарушениями слуха:

в печатной форме;

в форме электронного документа;

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

в печатной форме;

в форме электронного документа;

7.2. Содержание дисциплины размещено на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет:

[http://siu.ranepa.ru/student\\_teaching/?page=834](http://siu.ranepa.ru/student_teaching/?page=834), в кабинете студента требуется авторизация.

7.3. Для контактной и самостоятельной работы используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся имеющиеся в

электронно-библиотечных системах «Университетская библиотека ONLINE», «Издательства ЛАНЬ», «Издательства Юрайт», «IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier»;

системе федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др.

Могут использоваться информационные справочные правовые систем: «Консультант плюс», «Гарант»

7.4. Обучающиеся обеспечиваются следующим комплектом программного обеспечения, адаптированного для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов:

пакет MS Office

Microsoft Windows

сайт филиала

СДО Прометей

корпоративные базы данных

iSpring Free Cam8.

Для обучающихся с нарушениями зрения:

NVDA (Non Visual Desktop Access) - свободная, с открытым исходным кодом программа для MS Windows, которая позволяет незрячим или людям с ослабленным зрением работать на компьютере без применения зрения, выводя всю необходимую информацию с помощью речи;

Экранная лупа – программа экранного увеличения;

Экранный диктор (на англ.яз) – программа синтеза речи;

Для обучающихся с нарушениями слуха:

Speech logger– программа перевода речи в текст.

Для изучения дисциплины «Современные PR-практики» необходим офисный пакет Microsoft Office, Интернет браузеры (Opera, Google Chrome), программы просмотра видео (Windows Media Player).

## **8. . Материально-техническая база.**

***Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами*** (студенты с ограниченными возможностями здоровья) (ауд. № 174): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла

***Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:*** экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная

***Лаборатория личностного и профессионального развития:*** полиграф «Фемида», компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, 2 музыкальных центра, видеокамера, 2 видеомэгнитофона, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп

***Компьютерная лаборатория «Реклама и связи с общественностью»:*** компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, мультимедийный проектор, 2 цифровых фотоаппарата, ноутбуки, справочная литература, стол аудиторный, стулья

***Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа:*** столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная

***Помещения для самостоятельной работы обучающихся.*** Компьютерные классы: компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные. Центр интернет-ресурсов: компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна,

доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

**Библиотека** (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi