

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)

---



Утверждаю

Ректор РИЗП

Кирилин, доц., Паршин А.В.

11 декабря 2015 г.

Рассмотрено  
на Ученом совете РИЗП  
протокол №5/2 от  
11 декабря 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Связи с общественностью (публик рилейшнз)**

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону  
2015 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015г. № 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2014, 2015 года набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рекомендована кафедрой «Маркетинг»  
протокол № 5 от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой



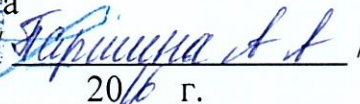
/ Крамаренко Р.Р./

(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015, 2016  
годов набора на 2016/2017  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

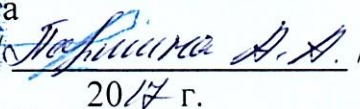
« 20 » 2016 г.



Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,  
2016, 2017 годов набора на 2017/2018  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

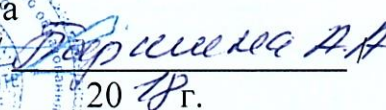
« 20 » 2017 г.



Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,  
2016, 2017, 2018 годов набора на 2018/2019  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10

Ректор института

« 20 » 2018 г.



Рабочая программа переутверждена для студентов  
2016, 2017, 2018, 2019 годов набора на  
2019/2020 учебный год с учетом обновления раздела  
(ов) 10

Ректор института  
27 июня 2019 года

Паршина А.А.

© Кокина Е.П., 2015  
© РИЗП, 2015

Рабочая программа переутверждена для студентов 2017, 2018,  
2019, 2020 годов набора на 2020/2021  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 2, 3, 4, 10.



Ректор института

[Signature] / Паршина А.А. /  
«25» июня 2020 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Рабочая программа переутверждена для студентов \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ годов набора на \_\_\_\_\_  
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) \_\_\_\_\_.

Ректор института

\_\_\_\_\_ / Паршина А.А. /  
«  » \_\_\_\_\_ 20   г.



### Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цель изучения дисциплины состоит в формировании умений и навыков творчески и самостоятельно принимать решения в сфере организации связей с общественностью. Современная информационно-коммуникативная действительность требует новых подходов к её изучению и соответственно новых методов и критериев оценки связей с общественностью.

#### Задачи дисциплины.

- сформировать у студентов логическое мышление, понимание законов и принципов, по которым осуществляются связи с общественностью; систему, умения осуществлять научно обоснованную постановку организации связей с общественностью;

- ознакомить студентов с совокупностью технологий связей с общественностью, особенностью их применения;

- научить применять полученные знания в решении комплекса задач по организации связей с общественностью и достижению их эффективности.

### Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Формируемые компетенции		планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)
индекс	формулировка	
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<p><u>Знать:</u> законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие управление системой связей с общественностью; технологии связей с общественностью, условия их применения</p> <p><u>Уметь:</u> выявлять потребности покупателей, анализировать маркетинговую информацию; конъюнктуру товарного рынка; изучать и прогнозировать спрос потребителей; разрабатывать ПР-кампании организации; формировать имидж организации; составлять заявления для прессы по отдельным социально-правовым проблемам</p> <p><u>Владеть:</u> навыками планирования и реализации связей с общественностью; формирования маркетинговых коммуникаций; выбора и реализации ПР технологий; выявления тенденций развития связей с общественностью в российской экономике и за рубежом</p>

## Раздел 2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Связи с общественностью (публик рилейшнз)» относится к вариативной части учебного плана (дисциплина по выбору) по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг» (Б1.В.ДВ.6.1). Дисциплина «Связи с общественностью (публик рилейшнз)» изучается на пятом курсе в девятом семестре студентами заочной формы обучения. Успешное обучение по курсу «Связи с общественностью (публик рилейшнз)» предполагает наличие знаний, полученных в результате освоения курсов «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность» и др.

## Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Связи с общественностью (публик рилейшнз)» составляет 3зачетных единицы или 108 часов. Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения

Форма обучения	Заочная форма
Срок обучения	5 лет
Общий объем час по УП	108
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	10
- лекции	4
- семинарские занятия	6
- практические занятия	-
- лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа, час	98
подготовка к занятию семинарского типа	10
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	40
самостоятельное изучение вопросов по теме	39
выполнение курсовых проектов (работ)	-
подготовка к промежуточной аттестации	9
Зачеты, по семестрам,	
Экзамены, по семестрам	9с

φ

Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) «Связи с общественностью (публик рилейшнз)», структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоемкость по видам учебной работы					
		Общая трудоемкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы	
ПК-3	<b>Тема 1. «Публик-рилейшнз»: понятие, сущность, структура</b>						
	Заочная форма обучения	9,5	0,5	1		8	
ПК-3	<b>Тема 2. Службы связей с общественностью</b>						
	Заочная форма обучения	9,5	0,5	1		8	
ПК-3	<b>Тема 3. Управление процессом формирования связей с общественностью</b>						
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8	
ПК-3	<b>Тема 4. Сетевые ресурсы ПР-коммуникаций</b>						
	Заочная форма обучения	10	0,5	0,5		9	
ПК-3	<b>Тема 5. Системные отношения средств коммуникации в обществе</b>						
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8	
ПК-3	<b>Тема 6. Маркетинговые коммуникации</b>						
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8	
ПК-3	<b>Тема 7. Технология связей с общественностью</b>						
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10	
ПК-3	<b>Тема 8. ПР в организации</b>						
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10	
ПК-3	<b>Тема 9. Антикризисное управление</b>						
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10	
ПК-3	<b>Тема 10. Эффективность ПР</b>						
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10	
<b>Подготовка к промежуточной аттестации</b>							
Заочная форма обучения		9				9	

5

## **Содержание дисциплины (модуля) «Связи с общественностью (паблик рилейшнз)»**

### **Тема 1. «Паблик рилейшнз»: понятие, сущность, структура**

Определение «ПР» и ее значение для деловой, политической, академической жизни страны. Характеристика основных понятий «паблик рилейшнз». Основные подходы к «ПР». Динамика развития ПР в мировом пространстве. История развития ПР в России и за рубежом. Современное состояние ПР в мире. ПР-ассоциации. Основные направления ПР-деятельности. Структура ПР, общие принципы построения и критерии оценки. Организация ПР в государственных структурах. ПР и юридические организации. Перспективы развития российского ПР.

### **Тема 2. Службы связей с общественностью.**

Роль и критерии эффективности связи с общественностью. Организационная структура ПР-службы. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью.

### **Тема 3. Управление процессом формирования связей с общественностью.**

Эффективность связей с общественностью, их значение, критерии оценки. Управление мотивацией в ПР-деятельности. Этапы ПР-деятельности. Основные элементы планирования и реализации связей с общественностью.

### **Тема 4. Сетевые ресурсы ПР-коммуникаций.**

Понятие сети связей с общественностью, её характеристика. Рекламные технологии. Электронные средства массовой информации. Вербальные и невербальные коммуникации. Деловое общение, принципы его осуществления. Публичные выступления.

### **Тема 5. Системные отношения средств коммуникации в обществе**

Принципы организации системы массовой коммуникации. Связь в Российской Федерации – ключевой фактор системы массовой информации.

Интернет на информационном рынке России. Интерактивные коммуникации коммерческой компании. Содержание электронного ПР. Адреса источников коммерческой информации, порядок их выбора.

### **Тема 6. Маркетинговые коммуникации.**

Коммуникационная модель маркетинга. Элементы рыночного пространства. Коммуникационные действия в отношении с клиентами. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Классификация средств товарной информации. Товарно-сопроводительные документы.

Информационные, товарные знаки соответствия и качества, экологические знаки.

Коммуникационные средства маркетинга: ярмарки, выставки. Коммуникационное взаимодействие участников выставки, ярмарки, ПР-компании по их организации и проведению.

### **Тема 7. Технологии связей с общественностью.**

Бизнес ПР-технологии. Репутационный капитал ПР.

Фирменный дизайн. ПР как средство деловой коммуникации. Фирменные ПР-акции.

Политические ПР-технологии. Этапы развития политических ПР-технологий. Современные избирательные технологии связей с общественностью.

Информационные ПР-технологии. Особенность ПР-технологий на информационном рынке. Пресс-релиз, пресс-события, информационный повод.

Социальные ПР-технологии. Понятие и особенности социальных ПР-технологий. Благотворительность. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы.

Рекламные ПР-технологии. Имидж предприятия. Электронная реклама.

### **Тема 8. ПР в организации.**

Корпоративная культура: понятие, содержание, коммуникации.

ПР—элемент корпоративной социальной ответственности. Принципы корпоративной социальной ответственности.

Модель и структура имиджа корпорации. Преимущества позитивного имиджа. Структура имиджа организации.

Кодексы профессионального поведения и этики специалистов ПР.

### **Тема 9. Антикризисное управление.**

Понятие кризиса. Основные виды кризисов. Факторы кризисной среды.

Конфликты, понятие, виды их понятие и характеристика. Внутриличностный конфликт. Структурные конфликты. Понятие проблемного менеджмента.

Спидоктор: понятие, функции, приёмы работы.

Модель антикризисного управления. Этапы программы антикризисного управления.

### **Тема 10. Эффективность ПР.**

Формирование отношений с потребителями. Привлечение новых потребителей. Маркетинг новых товаров и услуг. Мониторинг поступивших рекламаций. Сокращение затрат.

Влияние ПР на успешную реализацию концепции маркетинга. Основные направления эффективности деятельности службы ПР. План работы в экстремальных ситуациях.



**Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (Приложение №1)**

**Раздел 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

– Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

**Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Связи с общественностью (публик рилейшнз)»**

**7.1. Нормативно-правовые акты**

1. Федеральный Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (1.09.2013) «О средствах массовой информации» (с изменениями на 30 декабря 2015 года) // СПС Консультант Плюс 2015//
2. Федеральный закон РФ 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред.01.10.2015г. № 50-ФЗ) // СПС Консультант Плюс 2015//

**7.2. Основная литература**

1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 207с. - (Высшее образование). \*
2. Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие. М.: Юнити-Дана 2015 г. 384 страницы. \*\*

**7.3. Дополнительная литература**

1. Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью: курс лекций.: Омский государственный университет, 2012 год. - 175 страниц. \*\*
2. Михайлов Ю.М. Связи с общественностью по-русски.: Директ-Медиа, 2014 год. - 306 страниц. \*\*

\* Библиотека РИЗП.

\*\* ЭБС «КнигаФонд».

**Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте ([www.gks.ru](http://www.gks.ru))
2. Статистические материалы по Ростовской области, размещенные на официальном сайте Администрации Ростовской области ([www.donland.ru](http://www.donland.ru))
3. Министерство финансов РФ: [сайт]. – URL: <http://www1.minfin.ru/ru/>.
4. Компания «Консультант Плюс» (нормативно-правовые акты): [сайт].- URL: <http://www.consultant.ru/online>.
5. Компания «Гарант» (нормативно-правовые акты): [сайт]. – URL: <http://garant.park.ru/>.
8. <http://www.kremlin.ru> - официальный сайт Президента РФ

Р

9. <http://www.government.ru> - официальный сайт Правительства РФ
10. <http://www.council.gov.ru> - официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ
11. <http://www.duma.gov.ru> - официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания <http://www.ach.gov.ru> - официальный сайт Счетной палаты РФ
12. <http://www.economy.gov.ru> - официальный сайт Минэкономразвития РФ
13. <http://www.gks.ru> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики
14. <http://www.donland.ru> - официальный сайт Правительства Ростовской области

### **Раздел 9. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)**

Освоение дисциплины (модуля) основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; подготовка к промежуточной аттестации.

### **Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

лицензионное программное обеспечение:

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod32 academic, .

1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8.

профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».
2. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.

## **Раздел 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для материально-технического обеспечения дисциплины используется специальные помещения РИЗП, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения РИЗП укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийное оборудование).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РИЗП.

**Приложение №1**  
**к рабочей программе дисциплины (модуля)**  
**Связи с общественностью (публик рилейшнз)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Связи с общественностью (публик рилейшнз)**  
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону  
2015 г.

11

## РАЗДЕЛ 1.

### Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер компетенции «ПК-3»	Формулировка компетенции «готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка»	
	Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы	Этап формирования (семестр) Заочная форма
Индекс	Наименование	
Б1.Б.13	Основы маркетинга	3, 4
Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
Б1.В.ОД.4	Правовое обеспечение информационной деятельности	5
Б1.В.ОД.5	Информационные технологии в управлении	1
Б1.В.ОД.6	Маркетинговые коммуникации	5
Б1.В.ОД.7	Маркетинговые исследования	7
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.9	Управление маркетингом	4, 5
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ДВ.2.2	Международная торговля	6
Б1.В.ДВ.3.2	Торговое дело	1
Б1.В.ДВ.6.1	Связи с общественностью (публик рилейшнз)	9
Б1.В.ДВ.6.2	Брендинг	9
Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
Б1.В.ДВ.9.1	Социальный маркетинг	9
Б1.В.ДВ.9.2	История экономики	9
Б1.В.ДВ.10.1	Бизнес-планирование	8
Б2.У.1	Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10



## 1.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень «УЗНА- ВАНИЕ»	2-й уровень «ВОСПРО- ИЗВЕДЕНИЕ»	3-й уровень «ПРИ- МЕНЕНИЕ»
ПК-3	<p>правовые акты, регламентирующие управление системой связей с общественностью; технологии связей с общественностью, условия их применения</p> <p><u>Уметь:</u> выявлять потребности покупателей, анализировать маркетинговую информацию; конъюнктуру товарного рынка; изучать и прогнозировать спрос потребителей; разрабатывать ПР-кампании организации; формировать имидж организации; составлять заявления для прессы по отдельным социально-правовым проблемам</p> <p><u>Владеть:</u> навыками планирования и реализации связей с общественностью; формирования маркетинговых коммуникаций; выбора и реализации ПР технологий; выявления тенденций развития связей с общественностью в российской экономике и за рубежом</p>	+	+	+

### 1.2. Шкала оценивания компетенций

Результат промежуточной аттестации	Критерии оценивания компетенций
«Неудовлетворительно»	Студент не знает значительной части программного материала(менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций
«Удовлетворительно»	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне.
«Хорошо»	Студент показывает твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при

	решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций
«Отлично»	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций

## Раздел 2.

### Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

#### Проверяемая компетенция ПК-3

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:**

1. Динамика развития ПР в мировом пространстве.
2. История развития ПР в России.
3. Современное состояние ПР в мире.
4. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.
5. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации, управление проблемными ситуациями, управление репутацией и создание благоприятного имиджа.
6. Требования к специалисту по связям с общественностью. Профессиональные стандарты в России и за рубежом.

**Тестовые задания:**

**1. Основными направлениями связей с общественностью являются:**

- 1) формирование общественного мнения
- 2) установление эффективных коммуникаций с представителями различных деловых кругов общественности, государственных органов власти
- 3) разработка эффективных механизмов взаимодействия с СМИ
- 4) арендные отношения
- 5) консигнационные операции

**2. В практике ПР общественность подразделяют на:**

- 1) открытая общественность
- 2) проблемная общественность
- 3) закрытая общественность

**3. Какие из перечисленных функций относятся к функциям общественного мнения:**

14

- 1) информационная
- 2) экономическая
- 3) конструктивная
- 4) рекламная

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:**

1. Управление мотивацией в ПР деятельности.
2. Этапы ПР деятельности.
3. Рекламные технологии.
4. Деловое общение, принципы его осуществления.
5. Публичные выступления.
6. Связь Российской Федерации - ключевой фактор системы массовой информации.
7. Интернет на информационном рынке России.
8. Источники коммерческой информации.
9. Элементы рыночного пространства.
10. Информационные, товарные, экологические знаки.
11. Коммуникационные средства маркетинга.
12. Фирменные ПР-акции.
13. Информационные ПР-технологии.
14. Рекламные ПР-технологии.

**Тестовые задания:**

**1. К формам делового общения относятся:**

- 1) выставки-продажи
- 2) пресс-конференции
- 3) дегустации
- 4) презентации

**2. Паблицити - это:**

- 1) обзорная статья
- 2) формирование общественного мнения с помощью организации презентаций, брифингов, интервью
- 3) анализ деятельности фирмы на рынке
- 4) рекламная компания

**3. Спонсирование как средство ПР - это:**

- 1) вклад физического лица, не участвующего в деятельности телевидения, радио, в финансирование передачи, поддержки фирменного знака
- 2) издание буклетов, каталогов, проспектов выпускаемых товаров
- 3) совокупность посреднических, комиссионных, рекламных и других услуг, связанных с коммерческой деятельностью

**4. К основным направлениям спонсирования не относится:**

- 1) спорт
- 2) культура
- 3) земледелие
- 4) здравоохранение

**5. Лоббирование - это:**

- 1) механизм воздействия социальных институтов на процесс принятия решений законодательными органами государства

15

- 2) установление эффективных коммуникаций со средствами массовой информации
- 3) мероприятия по стимулированию потребителей

**6. Цель лоббирования:**

- 1) достижение соглашений на основе обмена информацией
- 2) своевременное предупреждение возникновения негативного мнения о компании в обществе
- 3) с целью получения льгот, дотаций и т.д. от государственных органов

**7. Внутренние признаки корпоративной культуры - это:**

- 1) специализация масштаб корпоративной деятельности
- 2) качество менеджмента и стиль управления
- 3) политические и глобальные факторы
- 4) объёмы сбыта и ликвидность активов

**8. Логотип - это:**

- 1) модель верхней одежды фирмы
- 2) содержание рекламного объявления
- 3) разработанное оригинальное начертание полного или сокращённого варианта наименования фирмы

**Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:**

1. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств.
2. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
3. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Основные составляющие понятия «корпоративный гражданин России».
4. Функции и задачи PR-специалиста в работе с каналами СМИ (mediarelations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.
5. Организация работы корпоративного пресс-центра и Информационного бюро. Виды пресс-центров. Интерактивный корпоративный Web-site. Композиция, основные рубрики и требования к корпоративным сайтам в Интернете.
6. Роль многотиражной «фирменной» прессы, электронных информационных бюллетеней и других видов коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом (employeeerelations).
7. Основные виды кризисов.
8. Проблемный менеджмент.
9. Программа антикризисного управления.
10. Маркетинг новых товаров и услуг.
11. Основные направления эффективности деятельности службы PR.

**Тестовые задания:**

**1.К сотрудникам службы PR относятся:**

- 1) начальник экономической службы
- 2) товаровед
- 3) спичрайтер
- 4) менеджер по работе со СМИ

**2.К ПР структурам в государственных органах относятся:**

- 1) пресс служба президента
- 2) министерство связи
- 3) министерство образования
- 4) Государственная дума

**3.Современные ПР-агентства решают в бизнесе следующие задачи:**

- 1) услуги по антикризисному ПР
- 2) организация креативной деятельности по созданию имиджа и репутации
- 3) расширения рыночной ниши
- 4) улучшение коммерческих результатов

**4.Цель ПР – кампании:**

- 1) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
- 2) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
- 3) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации ее деятельности

**5.К основным элементам планирования ПР относятся:**

- 1) определение стратегических целей компании
- 2) разработка маркетинговой концепции
- 3) разработка основных этапов собственной деятельности по связям с общественностью
- 4) принятие решений по выходу на зарубежные рынки

**6.Пресс-релиз - это:**

- 1) короткая характеристика должностного лица
- 2) сообщение, содержащие важную информацию, для широкой аудитории
- 3) радио сообщение

**7.Медиа кит представляет собой:**

- 1) комплект информационных материалов, представляющих интерес для прессы
- 2) обзор рекламных материалов
- 3) обзорная статья

**8.Рассказ, содержащий положительную оценку деятельности фирмы на рынке, называется:**

- 1) бэкграундер
- 2) пресс кит
- 3) кейс история
- 4) пресс релиз

**9.Контактные группы создаются с целью:**

- 1) взаимодействия со средствами массовой информации
- 2) анализа ситуации на рынке
- 3) проведения рекламных мероприятий
- 4) разработки плана ПР компании.



**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Сверждаю  
Дектор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.  
30 июня 2016 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2016 /2017 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Связи с общественностью (публик рилейшнз)**  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
<p><b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. <b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>	<p><b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. <b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>

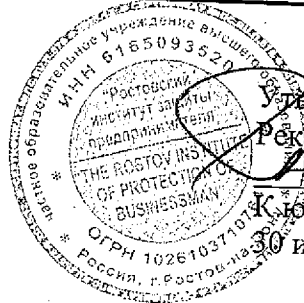
дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 14 от 30.06.2016 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.Ю.н., доц., Паршина А.А.  
30 июня 2017 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2017 /2018 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Связи с общественностью (публик рилейнз)**  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> 1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>	<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p><b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> 1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н. доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 11 от 26.06.2017 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Затверждаю  
Ректор РИЗП

К.Ю.н., доц., Паршина А.А.  
28 июня 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Связи с общественностью (паблик рилейнз)  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.
профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»	профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».

дополнения:

Обновления вносит К.Э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 11 от 26.06.2018 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

20

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



К.Э.Н., доц., Паршина А.А.  
20 октября 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Связи с общественностью (паблик рилейшнз)

(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки

**38.03.06 Торговое дело**

(код) наименование направления подготовки

с учетом заключения договора №146-09/2018 об оказании информационных услуг от 18 сентября 2018 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</i></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b> 1.Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб.пособие.-М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013.- 207с.- (Высшее образование). * 2.Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие. М.: Юнити-Дана 2015 г. 384 страницы. **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b> 1.Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью: курс лекций.: Омский государственный университет, 2012 год. - 175 страниц. ** 2. Михайлов Ю.М. Связи с общественностью по-русски.: Директ-Медиа, 2014 год. - 306 страниц. ** * Библиотека РИЗП. ** ЭБС «КнигаФонд».</p>	<p><i>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</i></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b> 1.Китчен Ф. Паблик рилейшнз: учебное пособие/ Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. ** 2.Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b> 1.Лужнова Н. В. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2016. - 141 с. ** 2.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2017. - 486 с. ** * Библиотека РИЗП. ** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>

Обновления вносит

(подпись)

К.Э.Н. доц. Левчук В.В.

(должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинга № 2 от 25.09.2018 г.

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой

(подпись)

К.Э.Н., доцент Крамаренко Р.Р.

(Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.  
27 июня 2019 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2019/2020 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Связи с общественностью (публик рилейшнз)**  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы  
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
<p align="center"><b>лицензионное программное обеспечение:</b></p> <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p align="center"><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b></p> <p>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p align="center"><b>лицензионное программное обеспечение:</b></p> <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64</p> <p align="center"><b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b></p> <p>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н, доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ Маркетинг, туризм и реклама № 11 от 26.06.2019 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)



Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю  
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.  
25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе) на 2020/2021 учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_ **Связи с общественностью (публик рилейшнз)**  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.06 Торговое дело**  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<b>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>	<b>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>
<b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. <b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.	<b>лицензионное программное обеспечение:</b> Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. <b>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</b> Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».

дополнения:

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры **Маркетинг, реклама и туризм** протокол № 10 от 25.05.2020 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)



**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе)**

В рабочую программу Связи с общественностью (паблик рилейшнз)

(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

(код) наименование направления подготовки)

Раздел 2, раздел 3 и раздел 4 читать в следующей редакции:

**Раздел 2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы:**

Дисциплина «Связи с общественностью (паблик рилейшнз)» относится к вариативной части учебного плана (дисциплина по выбору) по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг». Дисциплина «Связи с общественностью (паблик рилейшнз)» изучается в 8 семестре студентами очной формы обучения, в 9 семестре студентами заочной формы обучения.

**Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины «Связи с общественностью (паблик рилейшнз)» составляет Зачетных единицы или 108 часов. Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения

Форма обучения	Очная форма	Заочная форма
Срок обучения	4 года	5 лет
Общий объем час по УП	108	108
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	36	10
- лекции	18	4
- семинарские занятия	18	6
- практические занятия	-	-
- лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа, час	72	98
подготовка к занятию семинарского типа	10	10
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	10	40
самостоятельное изучение вопросов по теме	16	39
выполнение курсовых проектов (работ)	-	-
подготовка к промежуточной аттестации	36	9
Зачеты, по семестрам,	-	-
Экзамены, по семестрам	8с	9с



Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) «Связи с общественностью (публик рилейшнз)», структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

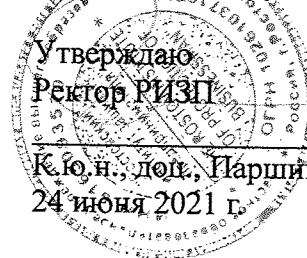
Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоёмкость по видам учебной работы				
		Общая трудоёмкость	Контактная работа			
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы
ПК-3	<b>Тема 1. «Публик-рилейшнз»: понятие, сущность, структура</b>					
	Очная форма обучения	7	1	1		5
	Заочная форма обучения	9,5	0,5	1		8
ПК-3	<b>Тема 2. Службы связей с общественностью</b>					
	Очная форма обучения	7	1	1		5
	Заочная форма обучения	9,5	0,5	1		8
ПК-3	<b>Тема 3. Управление процессом формирования связей с общественностью</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8
ПК-3	<b>Тема 4. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	10	0,5	0,5		9
ПК-3	<b>Тема 5. Системные отношения средств коммуникации в обществе</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8
ПК-3	<b>Тема 6. Маркетинговые коммуникации</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	9	0,5	0,5		8
ПК-3	<b>Тема 7. Технология связей с общественностью</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10
ПК-3	<b>Тема 8. PR в организации</b>					
	Очная форма обучения	7	2	2		3
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10
ПК-3	<b>Тема 9. Антикризисное управление</b>					
	Очная форма обучения	8	2	2		4
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10
ПК-3	<b>Тема 10. Эффективность PR</b>					
	Очная форма обучения	8	2	2		4
	Заочная форма обучения	10,75	0,25	0,5		10
<b>Подготовка к промежуточной аттестации</b>						
	Очная форма обучения	36				36
	Заочная форма обучения	9				9

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н. доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры  
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части  
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)  
(изменения и дополнения к рабочей программе)  
на 2021/2022 учебный год**

В рабочую программу Связи с общественностью  
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №147-09/2020 об оказании информационных услуг от 22 сентября 2020 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и договора о сотрудничестве с ООО «Софтех» от 03.03.2021 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b></p> <p>1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 207с. - (Высшее образование). *</p> <p>2. Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие. М.: Юнити-Дана 2015 г. 384 страницы. **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b></p> <p>1. Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью: курс лекций. Омский государственный университет, 2012 год. - 175 страниц. **</p> <p>2. Михайлов Ю.М. Связи с общественностью по-русски.: Директ-Медиа, 2014 год. - 306 страниц. **</p> <p>* Библиотека РИЗП. ** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>	<p><b>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b></p> <p><b>7.1. Основная литература:</b></p> <p>1. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : [16+] / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко и др. ; ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 224 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496006">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496006</a> **</p> <p>2. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR) : учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. – Барнаул : Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610849">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610849</a> **</p> <p><b>7.2. Дополнительная литература:</b></p> <p>1. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы : [16+] / А. Г. Милюкова. – Саратов : Вузовское образование, 2020. – 127 с. – (Вузовское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610850">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610850</a> **</p> <p>* Библиотека РИЗП. ** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>
<b>Раздел 10.</b>	<b>Раздел 10.</b>

<p><b>Лицензионное программное обеспечение:</b>  Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>73. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>74. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>75. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p><b>Лицензионное программное обеспечение:</b>  Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис 2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8, 1 c: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>73. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>74. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>75. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>
---	--

и дополнения:

Дополнить рабочую программу по дисциплине (модулю) разделами:

**Раздел 12. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.**

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Раздел 13. Реализация образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий**

Согласно части 2 статьи 16 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ возможна реализация в образовательных



организациях образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации дистанционного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет", а также освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Организация предоставляет учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Организация самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением дистанционных образовательных технологий.

Обновления вносит \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Левчук В.В.  
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры «Маркетинг, реклама и туризм» протокол № 10 «24» мая 2021 г.  
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.  
(подпись) (Ф.И.О)