

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Московский авиационный институт  
(национальный исследовательский университет)»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Козорез Д.А.  
“28” июня 2018

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (000111527)**  
**PR-менеджмент**

*(указывается наименование дисциплины по учебному плану)*

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификации выпускника Бакалавр

Профиль подготовки Финансовый менеджмент

Форма обучения заочная  
(очно, очно-заочное, заочное)

Выпускающая кафедра ЭиУ

Обеспечивающая кафедра ЭиУ

Кафедра-разработчик рабочей программы ЭиУ

Семестр	З.Е.	Трудоемкость, час.	Лекций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	КСР, час.	СРС, час.	Экзаменов, час.	Форма промежуточ- ного контроля
9	3	108	6	4	0	0	98	0	Зч
Итого	3	108	6	4	0	0	98	0	

Москва  
2018

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Разделы рабочей программы**

1. Цели освоения дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения.
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
3. Структура и содержание дисциплины.
4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

### **Приложения к рабочей программе дисциплины**

Приложение 1. Аннотация рабочей программы

Приложение 2. Прикрепленные файлы

Программа составлена в соответствии с требованиями СУОС НИУ МАИ, разработанного на основе ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент

---

Авторы программы:

Еременская Л.И.

---

Заведующий обеспечивающей кафедрой ЭиУ

---

Программа одобрена:

Заведующий выпускающей кафедрой ЭиУ

Директор выпускающего филиала

---

---

# 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ.

Целью освоения дисциплины PR-менеджмент является достижение следующих результатов освоения(РО):

N	Шифр	Результат обучения
1	У-58 (ОК-10)	Уметь отвечать на задаваемые вопросы по теме исследования при публичном представлении результатов проделанной работы
2	3-59 (ПК-12)	Знать основные источники информации, необходимой для организации внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие деятельности предприятия
3	У-68 (ПК-12)	Уметь организовать связи с деловыми партнерами, используя различные информационные источники для расширения внешних связей и обмена опытом
4	В-62 (ПК-12)	Владеть навыками поддержания связей с деловыми партнерами, используя различные информационные источники для расширения внешних связей и обмена опытом
5	У-104(ОК-10)	Уметь строить устную и письменную речь с использованием приемов убеждения
6	В-88(ОК-10)	Владеть навыками публичных выступлений и аргументации

Перечисленные РО являются основой для формирования следующих компетенций:

N	Шифр	Компетенция
1	ПК-12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)
2	ОК-10	Готовность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на русском языке, готовить и редактировать тексты профессионального назначения, публично представлять собственные и известные научные результаты

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Дисциплина PR-менеджмент является предшествующей и последующей для следующих дисциплин:

N	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
1	Корпоративная социальная ответственность	Итоговая гос. аттестация
2	Международный менеджмент (Организация внешнеэкономической деятельности)	Преддипломная практика
3	Русский язык и культура речи	
4	Деловые коммуникации (Культура делового общения)	

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единицы(ы), 108 часа(ов).

Модуль	Раздел	Лекции	Практич. занятия	Лаборат. работы	КСР	СРС	Всего часов	Всего с экзаменами и курсовыми
PR-менеджмент	Сущность и понятие PR – менеджмента	4	2	0	0	26	32	108

	Средства массовой информации как основной канал коммуникации	0	0	0	0	12	12	
	Правовое обеспечение PR –менеджмента	0	0	0	0	16	16	
	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	2	2	0	0	44	48	
<b>Всего</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>98</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### 3.1.Содержание (дидактика) дисциплины

*В разделе приводится полный перечень дидактических единиц, подлежащих усвоению при изучении данной дисциплины.*

- 1. Информация
- 2. Коммуникации
- 3. Информационная политика
- 4. Средства массовой информации
- 5. Пресс-служба
- 6. Этика и профессиональные стандарты
- 7. Кодексы профессионального поведения
- 8. Этические принципы
- 9. Законы и нормативные акты
- 10. Имидж организации
- 11. Технологии построения имиджей

### 3.2.Лекции

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема лекции	Дидакт. единицы
1	1.1.Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Роль и значение PR -менеджмента в деятельности организации	1, 2, 3
2	1.1.Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Понятие и сущность коммуникации	1, 2, 3
3	1.2.Средства массовой информации как основной канал коммуникации	0	СМИ: содержание и деятельность	4, 5, 6
4	1.2.Средства массовой информации как основной	0	Этика и профессиональные стандарты	4, 5, 6

	канал коммуникации			
5	1.3.Правовое обеспечение PR – менеджмента	0	Правовая основа PR -менеджмента	7, 8, 9
6	1.4.Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	2	Имидж организации и его составляющие	10, 11
7	1.4.Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	0	Влияние имиджа организации на потребителя	10, 11
<b>Итого:</b>		<b>6</b>		

### 3.3.Содержание лекций.

#### 1.1.1. Роль и значение PR -менеджмента в деятельности организации (А3: 2, СРС: 2)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Лекция

**Описание:** Цель и задачи курса. Понятие PR –менеджмента. История становления и развития. Основные области применения. Функции PR –менеджмент. PR –менеджмент и его роль в деятельности организации на современном этапе развития экономики

#### 1.1.2. Понятие и сущность коммуникации (А3: 2, СРС: 4)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Лекция

**Описание:** Понятие коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты коммуникации. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции

#### 1.2.1. СМИ: содержание и деятельность (А3: 0, СРС: 6)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Самостоятельная работа

**Описание:** Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ. Деятельность пресс-службы. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации

#### 1.2.2. Этика и профессиональные стандарты (А3: 0, СРС: 6)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Самостоятельная работа

**Описание:** Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти. Этика и профессиональные стандарты. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов Американского общества паблик рилейшенз (PRSA), Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (декларация PACO)

### 1.3.1. Правовая основа PR -менеджмента (АЗ: 0, СРС: 4)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Самостоятельная работа

**Описание:** Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей

### 1.4.1. Имидж организации и его составляющие (АЗ: 2, СРС: 4)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Лекция

**Описание:** Сущность понятия "Имидж организации". Имидж и субъективный образ. Формирование имиджа. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Организационная культура и имидж организации. Технологии построения имиджей

### 1.4.2. Влияние имиджа организации на потребителя (АЗ: 0, СРС: 6)

**Тип лекции:** Информационная лекция

**Форма организации:** Самостоятельная работа

**Описание:** Роль имиджа предприятия. Внутренний и внешний имидж. Социальный имидж. Информационное, психологическое, эмоциональное воздействие имиджа на потребителя. Стратегия коммуникаций со СМИ, внутриорганизационных коммуникаций, с клиентами и потребителями, с представителями финансового сообщества, с местной общественностью, с органами государственной власти

## 3.4. Практические занятия

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема практического занятия	Дидакт. единицы
1	1.1. Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Функции PR – менеджмента Основные области применения	1, 2, 3
2	1.4. Имидж: содержание и роль в	2	Организационная культура и имидж конкретной организации	10, 11

	процессе коммуникации			
	<b>Итого:</b>	<b>4</b>		

### 3.5.Содержание практических занятий

#### 1.1.1. Функции PR –менеджмент Основные области применения (А3: 2, СРС: 6)

**Форма организации:** Практическое занятие

**Описание:** Работа с терминологией PR –менеджмент. Функции PR –менеджмент.

Обсуждение темы : области применения PR –менеджмент в современном общественном развитии.

#### 1.4.1. Организационная культура и имидж конкретной организации (А3: 2, СРС: 6)

**Форма организации:** Практическое занятие

**Описание:** Деловая игра:

Студенты группы отвечают на поставленные вопросы:

- сущность понятия "Имидж организации" и организационная культура;
- имидж и субъективный образ. Формирование имиджа;
- основные составляющие имиджа;
- факторы, влияющие на восприятие имиджа;
- технологии построения имиджей .

2. Разрабатывается план создания имиджа конкретной организации на базе элементов организационной культуры.

### 3.6.Лабораторные работы

№ п/п	Раздел дисциплины	Наименование лабораторной работы	Объем, часов	Дидакт. единицы
<b>Ит ого :</b>				

### 3.7.Содержание лабораторных работ

### 3.8.Контроль самостоятельной работы (КСР)

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема КСР
<b>Итого:</b>			

### 3.9.Содержание КСР

### 3.10.Курсовые работы и проекты по дисциплине

### 3.11.Промежуточная аттестация

1.

#### **4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Основная и дополнительная литература по дисциплине
2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
3. Ресурсы научно-технической библиотеки МАИ.
4. Информационные стенды кафедры.

Вопросы для самостоятельной работы по темам:

№ п/п	Раздел дисциплины	Вопросы для самостоятельной работы
1	Сущность и понятие PR –менеджмента	Работа с понятийно-категориальным аппаратом Подготовка к дискуссии по теме: «Функции PR –менеджмент Основные области применения»
2	Средства массовой информации как основной канал коммуникации	Работа с компьютером как средством получения информации. Получение новых знаний о средствах массовой информации как основном канале коммуникации, исп
3	Правовое обеспечение PR – менеджмента	Работа с компьютером как средством получения информации. Получение новых знаний о правовом обеспечении PR –менеджмента, используя информационные тех
4	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	Работа над презентацией контрольной работы на тему: «Организационная культура, как базовая составляющая создания имиджа организации»

Задания для самостоятельной работы обучающихся:

№ п/п	Раздел дисциплины	Задания для самостоятельной работы
1	Сущность и понятие PR –менеджмента	Сбор, обобщение и анализ информации из различных источников по актуальным проблемам PR –менеджмента . Подготовка к тестированию
2	Средства массовой информации как основной канал коммуникации	Анализ публикаций о средствах массовой информации как основном канале коммуникации. Подготовка к тестированию
3	Правовое обеспечение PR – менеджмента	Анализ публикаций о правовом обеспечении PR –менеджмента. Ответы на вопросы
4	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	Подготовка контрольной работы на тему: «Организационная культура, как базовая составляющая создания имиджа организации». Презентация работы

#### **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание показателей, критерии оценивания компетенций и описание шкал оценивания осуществляются в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки результатов обучения студентов по дисциплине (Приказ №42 от 04.04.2014 «Об утверждении положения «Рейтинг по дисциплине»).



Для оценивания интегрированных и практико-ориентированных заданий обучающихся используются следующие критерии по 100-балльной шкале:

1. Формулирование представленной информации в виде проблемы;
2. Предложение способа решения проблемы;
3. Обоснование способа решения проблемы;
4. Демонстрация способа решения проблемы.

Оценивание осуществляется по следующей шкале:

100-балльная шкала	Результат освоения
менее 40	Критерий не сформирован
41-70	Критерий четко не выражен
71-100	Критерий выражен четко

Для оценивания ситуационных заданий используется следующая шкала:

100-балльная шкала	Результат освоения
менее 30	обучающийся не может сформулировать проблему, представленную в задании
31-50	обучающийся формулирует поставленную задачу, у него сформированы изолированные знания и умения, однако отсутствуют интегрированные понятия и навыки, в результате чего допущены ошибки в решении и задание не выполнено
51-80	задание выполнено, обучающийся применяет знания для решения поставленной проблемы, однако не сформированы компетенции, вследствие чего обучающийся испытывает затруднения в демонстрации способов решения задачи
81-100	задание выполнено как в теоретическом, так и в практическом плане, обучающийся легко демонстрирует свою компетентность по данному вопросу

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения, включают в себя:

- вопросы к промежуточной аттестации.

Перечень компетенций и этапы их формирования приведены в следующей таблице:

N	Шифр	Компетенция	Этапы формирования компетенции
1	ПК-12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена	Лекции: 1. СМИ: содержание и деятельность. 2. Этика и профессиональные стандарты. 3. Имидж организации и его составляющие.

		опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)	
2	ОК-10	Готовность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на русском языке, готовить и редактировать тексты профессионального назначения, публично представлять собственные и известные научные результаты	Лекции: 1. Роль и значение PR –менеджмента в деятельности организации.

### Комплект типовых индивидуальных заданий

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Наименование типового задания
1	Сущность и понятие PR – менеджмента	14	Сущность и понятие PR –менеджмента
2	Правовое обеспечение PR –менеджмента	12	Правовое обеспечение PR –менеджмента
3	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	16	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации
4	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	12	Индивидуальное задание по разработке имиджа конкретного предприятия
<b>Итого:</b>		<b>54</b>	

#### Содержание типовых заданий

##### 1.1.1. Сущность и понятие PR –менеджмента (CPC: 14)

**Тематика:** Сущность и понятие PR –менеджмента

**Тип:** Реферат

##### 1.3.1. Правовое обеспечение PR –менеджмента(CPC: 12)

**Тематика:** Правовое обеспечение PR –менеджмента

**Тип:** Домашнее задание

##### 1.4.1. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации(CPC: 16)

**Тематика:** Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации

**Тип:** Реферат

**Прикрепленные файлы:** Темы к реферату.docx

##### 1.4.2. Индивидуальное задание по разработке имиджа конкретного предприятия(CPC: 12)

**Тематика:** Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации

**Тип:** Домашнее задание

### **Темы письменных опросов**

#### **1.1. Правовое обеспечение PR –менеджмента**

**Тип:** Контрольная работа

**Тематика:** Правовое обеспечение PR –менеджмента

**Прикрепленные файлы:** Темы к контрольной работе.docx

#### **1.2. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации**

**Тип:** Коллоквиум

**Тематика:** Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации

**Прикрепленные файлы:** Контрольная работа к 4 разделу.docx

### **Вопросы к промежуточной аттестации**

**«PR-менеджмент»**

#### **1. Зачет (9 семестр)**

**Прикрепленные файлы:** Вопросы к зачету.docx

### **6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

а) основная литература:

а) основная литература:

*Литература из электронного каталога:*

1. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности Учебник для вузов по экон.спец.. ЮНИТИ, 2000. - 287 с.
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз учеб. пособие для вузов по спец. 350400 "Связи с общественностью". ЮНИТИ, 2003. - 400 с.

б)дополнительная литература:

- 1.Варакута С. А.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 207 с. [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>
- 2.История связей с общественностью: Учебное пособие / Е. Бузни. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 192 с. [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>
- 3.Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с. (Высшее образование: Бакалавриат) [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>
- 4.Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с.

1.Синяева, И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов / И. М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 414 с. - ISBN 5-238-00550-4. [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>

1.Паблик рилейшнз: Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 200 с. - ISBN 978-5-394-02002-5. [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>

2.Шарков Ф.И. Паблик рилейшинз. Учебник. — 5-е изд.— М.: Дашков и К°, 2013. — 332 с. — ISBN 978-5-394-01469-7. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1348495/>

3.Китчен Ф. Дж.аблик рилейшнз: принципы и практика / Китчен Ф.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с.: ISBN 5-238-00603-9 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1348495/>

4. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз / Джефкинс Ф., Ядин Д., Еремина Б.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 416 с.: ISBN 5-238-00567-9 [Электронный ресурс] Режим доступа:<http://znanium.com/index.php>

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения образовательного процесса по дисциплине обучающимся предоставляется возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа к электронным библиотечным системам из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет».

Наименование ресурса	Интернет-ссылка на ресурс
<b>"ZNANIUM.COM"</b>	

Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM".	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
<b>ООО "Издательство Лань"</b>	
Электронная библиотечная система ООО "Издательство Лань".	<a href="http://e.lanbook.com">e.lanbook.com</a>
<b>ООО "Электронное издательство ЮРАЙТ"</b>	
Электронная библиотечная система ЮРАЙТ. ЭБС "Легендарные книги"	<a href="http://biblio-online.ru">http://biblio-online.ru</a> , <a href="https://biblio-online.ru/catalog/legendary">https://biblio-online.ru/catalog/legendary</a>
<b>Электронная библиотека МАИ</b>	
Электронная библиотека МАИ (собственность МАИ).	<a href="http://elibrary.mai.ru/MegaPro2/Web">http://elibrary.mai.ru/MegaPro2/Web</a>
<b>Электронная библиотека Консорциума аэрокосмических вузов России</b>	
Электронная библиотека Консорциума аэрокосмических вузов России.	<a href="http://elsau.ru">http://elsau.ru</a>
<b>Библиотека РФФИ</b>	
Библиотека РФФИ	<a href="http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library">http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library</a>
<b>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</b>	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
<b>Polpred.com</b>	
Polpred.com. Обзор СМИ	<a href="http://polpred.com">http://polpred.com</a>
<b>ООО "РУНЭБ"</b>	
Электронная библиотечная система eLIBRARY.	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
<b>ООО "Национальный цифровой ресурс "Рукоонт"</b>	
ООО "Национальный цифровой ресурс "Рукоонт".	<a href="http://text.rucont.ru">http://text.rucont.ru</a>
<b>ООО "ИВИС"</b>	
ООО "ИВИС".	<a href="http://ivis.ru">http://ivis.ru</a>
<b>ООО "Интегратор авторского права"</b>	
ООО "Интегратор авторского права" IQlib.	<a href="http://www.iqlib.ru/">http://www.iqlib.ru/</a>
<b>ФГБУ "РГБ"</b>	
Электронная библиотека диссертаций РГБ.	<a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ).	<a href="http://нэб.рф">http://нэб.рф</a>
<b>НП НЭИКОН</b>	
Некоммерческое партнерство "Национальный Электронно-Информационный Консорциум".	<a href="http://archive.neicon.ru">http://archive.neicon.ru</a>
Научные полнотекстовые ресурсы издательства Springer (архив).	<a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a>
Научные полнотекстовые журналы издательства Taylor&Francis Group (архив).	<a href="http://www.tandfonline.com/">http://www.tandfonline.com/</a>
База данных GreenFile компании EBSCO.	<a href="http://www.greeninfoonline.com">http://www.greeninfoonline.com</a> .
<b>Внешнеэкономическое объединение "Академинторг"</b>	
American Physical Society	<a href="http://publish.aps.org/">http://publish.aps.org/</a>

American Mathematical Society	<a href="http://www.ams.org/mathscinet/index.html">http://www.ams.org/mathscinet/index.html</a>
<b>ФГБУ "ГПНТБ России"</b>	
База данных Web of Science (правообладатель - Thomson Reuters, с 03.10.2016 г. - Clarivate Analytics).	<a href="http://www.webofscience.com">www.webofscience.com</a>
База данных Scopus издательства Elsevier.	<a href="http://scopus.com">http://scopus.com</a>
Springer Customer Service Center GmbH в научных и образовательных целях. Springer Nature	<a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a> <a href="http://www.nature.com/">http://www.nature.com/</a>
База данных компании EBSCO Publishing: БД CASC. БД <a href="http://www.mathscinet.org/">MathSciNet via EBSCOhost</a> .	<a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>
Научные полнотекстовые журналы и книги издательства Elsevier.	<a href="http://www.sciencedirect.com">http://www.sciencedirect.com</a> <a href="http://www.elsevier.com/locate/science-direct">http://www.elsevier.com/locate/science-direct</a>
<b>РФФИ</b>	
Научные полнотекстовые англоязычные журналы American Chemical Society.	<a href="http://pubs.acs.org">http://pubs.acs.org</a> .

## 8.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Эффективным способом развития творческих способностей студентов при изучении дисциплины является самостоятельная работа, которая нацелена на проработку студентами материала прошедших контактных занятий и подготовку к предстоящим занятиям.

Самостоятельная работа студентов проводится ими в соответствии с собственными возможностями. Можно, однако, рекомендовать групповое изучение материалов, обеспечивающее совместную работу нескольких студентов, что положительно влияет на качество проработки программы курса.

В то же время высокая степень усвоения изучаемой дисциплины достигается при постоянной работе студентов над текущим материалом. В этой связи желательна проработка лекционного материала в день его прочтения, что позволяет, во-первых, оперативно (на следующей лекции) снимать возникающие вопросы и, во-вторых, создавать багаж знаний по дисциплине задолго до промежуточной аттестации.

При подготовке к практическим занятиям также необходима проработка лекционного материала. Это позволит осознанно работать с предлагаемым материалом преподавателем на практическом занятии, а, следовательно, закладывать базу методик и приемов при решении практических задач.

При изучении материала необходимо делать акцент не на зазубривании материала, а на понимании его физической сути, что развивает мышление и позволяет понять методологию изучаемой дисциплины.

*Методические рекомендации к заданиям:*

Целью освоения дисциплины «PR-менеджмент» является формирование у студентов знаний в области публичных релейшинз и методических основ формирования коммуникаций организации с ее общественностью.

В рамках учебного процесса взаимосвязаны три вида нагрузки: аудиторная работа (лекции, практические занятия), самостоятельная работа студентов, контактные часы, в рамках которых

преподаватель, с одной стороны, оказывает индивидуальные консультации по ходу выполнения самостоятельных заданий, с другой стороны, осуществляет контроль и оценивает результаты этих индивидуальных заданий. Оптимальный вариант планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины – распределить учебную нагрузку равномерно, то есть каждую неделю знакомиться с необходимым теоретическим материалом на лекционных занятиях и закреплять полученные знания самостоятельно, прочитывая рекомендуемую литературу.

К практическим занятиям необходимо готовиться заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по трудным вопросам. В случае пропуска занятия, необходимо предоставить письменную разработку пропущенной темы.

Материалы для успешного освоения дисциплины: опорный конспект лекций; тестовые задания; задания для самостоятельной проработки, размещены на портале учебно-методической работы университета и кафедры.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

Рекомендуется следующим образом планировать и организовать время, необходимое на изучение дисциплины «PR-менеджмент».

В ходе лекционных занятий студентам рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

При подготовке к практическим занятиям, обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. Творчески подойти к подготовке своего участия в дебатах, круглых столах, деловых играх.

В случае пропусков занятий, наличия индивидуального графика обучения и для закрепления практических навыков студентам могут быть выданы типовые индивидуальные задания, которые должны быть сданы в установленный преподавателем срок. Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:

- изучение конспекта лекции в тот же день (после лекции) - 10-15 минут. Изучение конспекта лекции за день перед следующей лекцией - 10-15 минут. Изучение теоретического материала по учебнику и конспекту - 2 час. в неделю , всего в

неделю – 2 час. 30 минут ;

- в течение недели 1 час. работать с литературой в библиотеке (электронной библиотеке);

- при подготовке к практическим занятиям следующего дня, необходимо сначала прочитать основные понятия и подходы по теме практического занятия. При подготовке к выполнению внеаудиторных заданий нужно сначала понять, что и как требуется сделать, какой теоретический материал нужно использовать, наметить план решения задач и заданий.

Рекомендации по работе с литературой заключаются в необходимости изучения книг. Рекомендуется после изучения очередного параграфа книги выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф? какие новые понятия введены, каков их смысл? что даст это на практике?

При подготовке к зачету по дисциплине «PR-менеджмент» обучающийся прорабатывает содержание лекций по своему конспекту и по рекомендованным учебникам. На каждый вопрос, обучающийся должен написать план ответа, кратко перечислить и запомнить основные факты, положения. На этапе подготовки к зачету обучающийся систематизирует и интегрирует информацию, относящуюся к разным разделам лекционного материала, лучше понимает взаимосвязь различных фактов и положений дисциплины, восполняет пробелы в своих знаниях. Особое место среди форм контроля занимает тестирование по темам дисциплины

«PR-менеджмент». Тестирование позволяет осуществить не только контроль, но и самоконтроль знаний студента, систематизировать их. Тесты являются средством для подготовки к зачету. При выполнении тестов, прежде всего студенту рекомендуется внимательно задание закрытой формы (отметить один или более правильных ответов), необходимо прочитать тестовое утверждение и в приведенном списке отметить сначала те ответы, в которых студент уверен, и определить те, которые точно являются ошибочными, затем еще раз прочитать оставшиеся варианты, подумать, не являются ли еще какие-то из них правильными. Важно дочитать варианты ответов до конца, чтобы различить близкие по форме, но разные по содержанию ответы. Тестовые задания служат основой проверки знаний в качестве промежуточного контроля и с целью контроля остаточных знаний студентов после окончания изучения дисциплины «PR-менеджмент».

Выполнение домашнего задания студента является повторением, закреплением и усвоением пройденного на занятии материала, подготовка к изучению новых вопросов, расширение и углубление знаний, формирование умений и навыков. Преподаватель формулирует домашнее задание оптимальным по объёму и содержанию с вопросами для обсуждения и расчетными задачами, предполагая преемственность перехода от ранее изученного к новому.

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемым элементом изучения дисциплины «PR-менеджмент». В ходе самостоятельной работы происходит формирование знаний, умений и навыков в учебной, научно-исследовательской, профессиональной деятельности, формирование общекультурных и профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение теоретического



материала по актуальным вопросам дисциплины. Рекомендуется самостоятельное изучение доступной учебной и научной литературы, материалов периодической печати, интернет-ресурсов.

Самостоятельно изученные теоретические материалы повышают уровень подготовки обучающегося к усвоению лекционного материала и используются при выполнении заданий практических занятий. В процессе самостоятельной работы обучающиеся: осваивают материал, предложенный им на лекциях с привлечением указанной преподавателем литературы; осваивают дополнительные теоретические вопросы, связанные с анализом проблем современного менеджмента. Целями самостоятельной работы обучающегося являются: формирование навыков самостоятельной образовательной деятельности; выявление и устранение обучающимся пробелов в знаниях, необходимых для изучения данного курса; осознание роли и места изучаемой дисциплины в образовательной программе, по которой производится обучение.

Самостоятельная работа обучающегося обеспечена необходимыми учебными и методическими материалами основной и дополнительной литературой; демонстрационными материалами, используемыми во время проработки лекционных занятий. Организация самостоятельной работы по освоению содержания дисциплины «PR-менеджмент» включает в себя такие виды работ как самостоятельное изучение текстов лекций, учебников из списка основной и дополнительной рекомендуемой литературы, использование ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и пр.

Целесообразно ознакомиться с раскрытием содержания каждой лекции по нескольким рекомендованным источникам для сопоставления точек зрения различных авторов с различных методологических позиций, а для более углубленного изучения воспользоваться дополнительной литературой. Целесообразно также составление индивидуального терминологического словаря (гlossария) по теме вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, и словаря новых понятий, с которыми обучающийся впервые сталкивается в своей образовательной практике. Для успешного освоения вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, необходимо законспектировать предложенные вопросы. Возможно использование литературы, подобранной самим обучающимся.

При освоении дисциплины «PR-менеджмент» по использованию информационных технологий преподаватель рекомендует студентам использовать доступ к открытым файловым серверам сети Internet. При подготовке презентаций по темам самостоятельной работы студентам. Структура презентации должна иметь следующий вид:

- титульный слайд (1 слайд);
- актуальность темы презентации, цели и задачи исследования (2-3 слайда);
- постановка задач исследования (1-2 слайд);
- методы и результаты решения поставленных задач (6-8 слайдов);
- общие выводы и личный вклад студента в исследование (2-3 слайда);
- финальный слайд (1 слайд).

Таким образом, общее число слайдов в презентации должно составлять 12-18.

Несколько советов по подготовке слайдов

Готовя слайды, следуйте простым принципам:

- Не перегружайте слайд информацией - не больше 30 слов.
- Не дублируйте текст выступления
- Текст на слайдах должен быть простым и содержать ключевые данные вашего выступления, которые вы объясняете и комментируете.
- Следуйте правилу : одно предложение – одна мысль
- По возможности заменяйте текст на символы
- Не перегружайте презентацию частой сменой слайдов , анимационными и звуковыми эффектами. Это не концентрирует внимание, а напротив – отвлекает слушателей
- Не используйте больше 3 шрифтов
- Не используйте более 3-х цветов! Помните - цвет это тоже информация
- Выберите привлекательный шаблон оформления слайдов — профессиональный, но не слишком броский. Оформление не должно отвлекать внимание от содержания выступления.
- Сопровождение выступления слайдами должно соответствовать тексту выступления, каждому его этапу

Не стоит в своей презентации опираться только на слайды и зависеть от них. Основная «нагрузка» презентации лежит докладчике. Выступление не должно пострадать даже в том случае, если техника даст сбой. Подготовьте раздаточный материал.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Дисциплина ориентирована на применение компьютерной техники, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронной библиотеки МАИ для поиска, сбора, хранения, обработки и представления информации.

Программное обеспечение, Интернет-ресурсы, электронные библиотечные системы:

- Электронная библиотека. Режим доступа: <http://znanium.com/index.php>
- Электронный каталог библиотеки МАИ. Режим доступа: <http://elib.mai.ru/jspui//>
- Портал «Учебно-методическая работа МАИ». Режим доступа: <http://lms.mai.ru>

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

- комплект электронных презентаций/слайды по лекционному материалу;
- компьютерный класс;
- компьютерная тестовая система;
- доступ в Интернет;
- мультимедийный проектор, ноутбук, экран.



### Аннотация рабочей программы

Дисциплина PR-менеджмент является частью Блока 1 Дисциплины дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется на Ступино факультете «Московский авиационного института (национального исследовательского университета)» кафедрой (кафедрами) ЭиУ.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций: ПК-12 ,ОК-10.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: формированием системы знаний и приобретение навыков в области публич рилейшинз и методических основ формирования коммуникаций организации с ее общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: Самостоятельная работа, Лекция, Практическое занятие.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: рубежный контроль в форме Контрольная работа ,Коллоквиум и промежуточная аттестация в форме Зачет (9 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (6 часов), практические (4 часов), лабораторные (0 часов) занятия и (98 часов) самостоятельной работы студента.

### **Прикрепленные файлы**

#### **Темы к контрольной работе.docx**

Перечень тем для письменных опросов:

- 1.Этика и профессиональные стандарты.
2. Афинский кодекс профессионального поведения PR-специалиста
3. Лиссабонский кодекс IPRA
4. Римская Хартия ICCO и АКOC
- 5.Кодекс профессиональных стандартов Американского общества паблик рилейшенз –PRSA
- 6.Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью - РАСО

### **Контрольная работа к 4 разделу.docx**

Студенты разбиваются на группы по 3-5 человек. Каждой группе выдается задание по разработке имиджа конкретного предприятия. Студенты самостоятельно распределяют роли и объем выполняемой работы в рамках индивидуального задания. Результат оформляется в виде аналитической записки (статьи, доклада) на основе информационной и библиографической культуры. Защита работы проходит в формате презентации.

## Вопросы к зачету по дисциплине

### «PR-менеджмент»

1. История развития PR-менеджмента
2. Цели, задачи и функции PR-менеджмента
3. Имидж – как форма создания взаимоотношений организации и ее общественности
4. Формирование деловой коммуникации организации
5. Средства массовой информации в PR-менеджмента
6. Роль журналистов в PR-менеджмента
7. Понятие коммуникации, ее сущность и структура
8. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции
9. Средства информирования
10. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ
11. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации.
12. Современные подходы в PR-менеджмента
13. Этика и профессиональные стандарты.
14. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста
15. Правовая основа PR -менеджмента
16. Понятие и сущность «имиджа» организации
17. Имидж и субъективный образ.
18. Формирование имиджа. Основные составляющие имиджа.
19. Факторы, влияющие на восприятие имиджа.
20. Организационная культура и имидж организации.
21. Технологии создания имиджа
22. Имидж предприятия. Роль имиджа предприятия.
23. Внутренний и внешний имидж.
24. Социальный имидж.
25. Информационное, психологическое, эмоциональное воздействие имиджа на потребителя.
26. Стратегия коммуникаций со СМИ, государственными и общественными органами
27. Стратегия внутриорганизационных коммуникаций

## Темы к реферату

28. Имидж – как форма создания взаимоотношений организации и ее общественности
29. Формирование деловой коммуникации организации
30. Средства массовой информации в PR-менеджмента
31. Роль журналистов в PR-менеджмента
32. Понятие коммуникации, ее сущность и структура
33. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции
34. Средства информирования
35. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ
36. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации.
37. Современные подходы в PR-менеджмента
38. Этика и профессиональные стандарты.
39. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста
40. Правовая основа PR -менеджмента
41. Понятие и сущность «имиджа» организации
42. Имидж и субъективный образ.
43. Формирование имиджа. Основные составляющие имиджа.
44. Факторы, влияющие на восприятие имиджа.
45. Организационная культура и имидж организации.
46. Технологии создания имиджа
47. Имидж предприятия. Роль имиджа предприятия.
48. Внутренний и внешний имидж.
49. Социальный имидж.
50. Информационное, психологическое, эмоциональное воздействие имиджа на потребителя.
51. Стратегия коммуникаций со СМИ, государственными и общественными органами
52. Стратегия внутриорганизационных коммуникаций