

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.
“15” июня 2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (000157526)

Организация связей с общественностью

(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
2020

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 Организация связей с общественностью 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 Организация связей с общественностью является предшествующей и последующей для следующих дисциплин:

N	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Модуль	Раздел	Лекции	Практич. занятия	Лаборат. работы	КСР	СРС	Всего часов	Всего с экзаменами и курсовыми
Организация связей с общественностью	Связи с общественностью:основные понятия,сущность и функции.	4	2	0	0	18	24	108
	Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»	2	0	0	0	18	20	
	Правовое регулирование и	0	0	0	0	18	18	

	контроль деятельности в сфере связей с общественностью							
	Технологии и инструменты связей с общественностью	0	2	0	0	44	46	
Всего		6	4	0	0	98	108	108

3.1.Содержание (дидактика) дисциплины

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

- 1. Связи с общественностью: понятие и сущность
- 2. Базовые понятия связей с общественностью
- 3. Информация и коммуникация
- 4. Информационная политика
- 5. Концепции связей с общественностью
- 6. Управление связями с общественностью
- 7. Средства массовой информации
- 8. Этика и право в деятельности по связям с общественностью
- 9. Этические принципы
- 10. Законы и нормативные акты
- 11. Стратегии связей с общественностью
- 12. Имидж организации и технологии построения имиджа
- 13. Технологии и инструменты связей с общественностью

3.2.Лекции

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема лекции	Дидакт. единицы
1	1.1.Связи с общественностью:основные понятия,сущность и функции.	2	Роль и значение PR в деятельности организации	1, 2, 3
2	1.1.Связи с общественностью:основные понятия,сущность и функции.	2	Понятие и сущность коммуникации	1, 2, 3
3	1.2.Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»	2	СМИ: содержание и деятельность	4, 5, 6
4	1.2.Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»	0	Этика и профессиональные стандарты	4, 5, 6
5	1.3.Правовое регулирование и контроль	0	Правовая основа PR	7, 8, 9, 10

	деятельности в сфере связей с общественностью			
6	1.4.Технологии и инструменты связей с общественностью	0	Стратегии связей с общественностью	11, 12, 13
7	1.4.Технологии и инструменты связей с общественностью	0	Имидж организации и его составляющие	11, 12, 13
8	1.4.Технологии и инструменты связей с общественностью	0	Инструменты PR	11, 12, 13
Итого:		6		

3.3.Содержание лекций.

1.1.1. Роль и значение PR в деятельности организации (АЗ: 2, СРС: 2)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Лекция

Описание: Цель и задачи курса. Понятие PR. История становления и развития. Объект, субъект, предмет связей с общественностью. Цели и задачи связей с общественностью. Основные области применения и функции PR. Отличие рекламы и связей с общественностью. PR и ее роль в деятельности организации на современном этапе развития экономики

1.1.2. Понятие и сущность коммуникации (АЗ: 2, СРС: 2)

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 (АЗ: 2, СРС: 6)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Лекция

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 (АЗ: 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 АКООС, Кодекс профессиональных стандартов Американского общества публичных релейшенз (PRSA), Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (декларация РАСО)

1.3.1. Правовая основа PR (АЗ: 0, СРС: 6)

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. Стратегии связей с общественностью (АЗ: 0, СРС: 6)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Самостоятельная работа

Описание: Стратегии коммуникаций в связях с общественностью: стратегия коммуникаций со СМИ, стратегия внутриорганизационных коммуникаций, стратегия коммуникаций с клиентами и потребителями, стратегия коммуникаций с представителями финансового сообщества, стратегия коммуникаций с местной общественностью, стратегия коммуникаций с органами государственной власти, стратегия кризисных коммуникаций и антикризисных действий

1.4.2. Имидж организации и его составляющие (АЗ: 0, СРС: 6)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Самостоятельная работа

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

1.4.3. Инструменты PR (АЗ: 0, СРС: 6)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Самостоятельная работа

Описание: Виды инструментов PR, используемые в коммуникациях с различными общественными группами.

Понятие и сущность спонсоринга. Понятие и сущность фандрайзинга. Области применения. Понятие меценатства. Письменные коммуникации в связях с общественностью. Специально организованные события в связях с общественностью

3.4. Практические занятия

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема практического занятия	Дидакт. единицы
1	1.1.Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.	2	Функции PR –менеджмент Основные области применения.	1, 2, 3
2	1.4.Технологии и инструменты связей с общественностью	2	Стратегии коммуникаций с субъектами рынка	11, 12, 13
Итого:		4		

3.5. Содержание практических занятий

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

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Работа с терминологией PR . Функции PR Обсуждение темы: области применения PR в современном общественном развитии. Государственная информационная политика

1.4.2. Стратегии коммуникаций с субъектами рынка (АЗ: 2, СРС: 6)

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Рассмотреть стратегии коммуникаций со СМИ, внутриорганизационных коммуникаций, с клиентами и потребителями, с представителями финансового сообщества, с местной общественностью, с органами государственной власти.

3.6. Лабораторные работы

№ п/п	Раздел дисциплины	Наименование лабораторной работы	Объем, часов	Дидакт. единицы
Итого:				

3.7. Содержание лабораторных работ

3.8. Контроль самостоятельной работы (КСР)

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

3.9.Содержание КСР

3.10.Курсовые работы и проекты по дисциплине

3.11.Промежуточная аттестация

2.

Прикрепленные файлы: Вопросы к зачету.docx

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	Связи с общественностью:основные понятия,сущность и функции.	Работа с понятийно-категориальным аппаратом Подготовка к дискуссии по теме: «Функции PR .Основные области применения»
2	Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»	Работа с компьютером как средством получения информации. Получение новых знаний о средства массовой информации как основном канале коммуникации, исп
3	Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью	Работа с компьютером как средством получения информации. Получение новых знаний о правовом обеспечении деятельности в сфере связей с общественность,
4	Технологии и инструменты связей с общественностью	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	Связи с общественностью:основные понятия,сущность и функции.	Сбор, обобщение и анализ информации из различных источников по актуальным проблемам PR . Подготовка к тестированию
2	Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»	Анализ публикаций о средствах массовой информации как основном канале коммуникации. Подготовка к тестированию

3	Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью	Анализ публикаций о правовом регулировании и контроле деятельности в сфере связей с общественностью Ответы на вопросы
4	Технологии и инструменты связей с общественностью	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 опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)	Лекции: 1. Роль и значение PR в деятельности организации. 2. Понятие и сущность коммуникации . 3. СМИ: содержание и деятельность. 4. Этика и профессиональные стандарты. 5. Правовая основа PR. 6. Стратегии связей с общественностью. 7. Имидж организации и его составляющие. 8. Инструменты PR. Практические занятия: 1. Функции PR –менеджмент Основные области применения.. 2. Стратегии коммуникаций с субъектами рынка .
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 в деятельности организации. 2. Понятие и сущность коммуникации . 3. СМИ: содержание и деятельность. 4. Этика и профессиональные стандарты. 5. Правовая основа PR. 6. Стратегии связей с общественностью. 7. Имидж организации и его составляющие. 8. Инструменты PR. Практические занятия: 1. Функции PR –менеджмент Основные области применения.. 2. Стратегии коммуникаций с субъектами рынка .

Комплект типовых индивидуальных заданий

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Наименование типового задания
1	Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.	8	Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.
2	Теория коммуникации, как основа «связей с	6	Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»

	общественность ю»		
3	Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью	12	Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью
4	Технологии и инструменты связей с общественностью	4	Технологии и инструменты связей с общественностью
5	Технологии и инструменты связей с общественностью	16	Технологии и инструменты связей с общественностью
Итого:		46	

Содержание типовых заданий

1.1.1. Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции. (СРС: 8)

Тематика: Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.

Тип: Домашнее задание

Прикрепленные файлы: Тесты к 1 разделу.docx

1.2.1. Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью» (СРС: 6)

Тематика: Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»

Тип: Домашнее задание

Прикрепленные файлы: Тесты ко 2 разделу.docx

1.3.1. Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью (СРС: 12)

Тематика: Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью

Тип: Домашнее задание

Прикрепленные файлы: Темы письменных опросов к 3 разделу.docx

1.4.1. Технологии и инструменты связей с общественностью (СРС: 4)

Тематика: Разработка имиджа конкретного предприятия

Тип: Домашнее задание

1.4.2. Технологии и инструменты связей с общественностью (СРС: 16)

Тематика: Технологии и инструменты связей с общественностью

Тип: Реферат

Прикрепленные файлы: Темы к реферату.docx

Вопросы к промежуточной аттестации

«Организация связей с общественностью»

2. Зачет (9 семестр)

Прикрепленные файлы: Вопросы к зачету.docx

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

а)основная литература:

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>

2.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>

3.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/>

4.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/>

5. 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>

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.

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
"ZNANIUM.COM"	
Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM".	http://znanium.com
ООО "Издательство Лань"	
Электронная библиотечная система ООО "Издательство Лань".	e.lanbook.com
ООО "Электронное издательство ЮРАЙТ"	
Электронная библиотечная система ЮРАЙТ. ЭБС "Легендарные книги"	http://biblio-online.ru , https://biblio-online.ru/catalog/legendary
Электронная библиотека МАИ	
Электронная библиотека МАИ (собственность МАИ).	http://elibrary.mai.ru/MegaPro2/Web
Электронная библиотека Консорциума аэрокосмических вузов России	
Электронная библиотека Консорциума аэрокосмических вузов России.	http://elsau.ru
Библиотека РФФИ	
Библиотека РФФИ	http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	
Единое окно доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru/
Polpred.com	
Polpred.com. Обзор СМИ	http://polpred.com
ООО "РУНЭБ"	
Электронная библиотечная система eLIBRARY.	http://elibrary.ru
ООО "Национальный цифровой ресурс "Руконт"	

ООО "Национальный цифровой ресурс "Рукоنت".	http://text.rucont.ru
ООО "ИВИС"	
ООО "ИВИС".	http://ivis.ru
ООО "Интегратор авторского права"	
ООО "Интегратор авторского права" IQlib.	http://www.iqlib.ru/
ФГБУ "РГБ"	
Электронная библиотека диссертаций РГБ.	http://dvs.rsl.ru
Национальная электронная библиотека (НЭБ).	http://нэб.рф
НП НЭИКОН	
Некоммерческое партнерство "Национальный Электронно-Информационный Консорциум".	http://archive.neicon.ru
Научные полнотекстовые ресурсы издательства Springer (архив).	http://link.springer.com/
Научные полнотекстовые журналы издательства Taylor&Francis Group (архив).	http://www.tandfonline.com/
База данных GreenFile компании EBSCO.	http://www.greeninfoonline.com.
Внешнеэкономическое объединение "Академинторг"	
American Physical Society American Mathematical Society	http://publish.aps.org/ http://www.ams.org/mathscinet/index.html
ФГБУ "ГПНТБ России"	
База данных Web of Science (правообладатель - Thomson Reuters, с 03.10.2016 г. - Clarivate Analytics).	www.webofscience.com
База данных Scopus издательства Elsevier.	http://scopus.com
Springer Customer Service Center GmbH в научных и образовательных целях. Springer Nature	http://link.springer.com/ http://www.nature.com/
База данных компании EBSCO Publishing: БД CASC. БД MathSciNet via EBSCOhost .	http://search.ebscohost.com
Научные полнотекстовые журналы и книги издательства Elsevier.	http://www.sciencedirect.com http://www.elsevierscience.ru/products/science-direct
РФФИ	
Научные полнотекстовые англоязычные журналы American Chemical Society.	http://pubs.acs.org.

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 «Организация связей с общественностью» является формирование системы знаний концепций, методических основ организации общественных связей и приобретение навыков ведения 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 «Организация связей с общественностью».

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 «Организация связей с общественностью» 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 «Организация связей с общественностью». 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 «Организация связей с общественностью».

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 «Организация связей с общественностью». 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 «Организация связей с общественностью» 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 «Организация связей с общественностью» 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>
- Официальный сайт Ассоциации коммуникационных агентств России. Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/about/about>
- Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью. Режим доступа: <http://www.raso.ru/>
- Официальный сайт Ассоциации компаний-консультантов в области связей с общественностью. Режим доступа: <http://www.akos-icco.ru/>
- Профессиональный PR-портал. Режим доступа: <http://www.sovetnik.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 Организация связей с общественностью 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 паблик 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: 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

Вопросы к зачету.docx

Вопросы к зачету по дисциплине

«Организация связей с общественностью»

1. История развития связей с общественностью (PR)
2. Цели, задачи и функции PR
3. Имидж – как форма создания взаимоотношений организации и ее общественности
4. Формирование деловой коммуникации организации
5. Средства массовой информации в PR
6. Роль журналистов в PR
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. Технологии и инструментарий PR
13. Этика и профессиональные стандарты.
14. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста
15. Правовая основа PR
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. Стратегии PR
23. Имидж предприятия. Роль имиджа предприятия.
24. Внутренний и внешний имидж.
25. Социальный имидж.
26. Информационное, психологическое, эмоциональное воздействие имиджа на потребителя.
27. Стратегия коммуникаций со СМИ, государственными и общественными органами

28. Стратегия внутриорганизационных коммуникаций

Примеры Тестовых заданий

Раздел 1. Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.

Цель - провести тестовую оценку уровня достижения результата З-14; Р22; В8; Р54.

1. Основатель PR:
 - а) И. Шумпетер;
 - б) Э. Бернауз;*
 - в) М. Портер

2. PR - это:
 - а) связь с общественностью;*
 - б) оплаченная информация;
 - в) стимулирование сбыта.

3. PR - элемент системы:
 - а) товародвижения;
 - б) продвижения;*
 - в) ценообразованию.

4. Первым этапом создания имиджа организации является:
 - а) определение реальных характеристик фирмы;*
 - б) формирование социальных характеристик фирмы;
 - в) выделение сегмента потребителя.

5. Выделите функцию PR нацеленную на товар:
 - а) товарная пропаганда;*
 - б) общефирменная коммуникация;
 - в) консультирование.

6. Выделите первый этап в формировании общественного мнения:
 - а) выбор обращения;
 - б) постановка задач;*
 - в) выбор носителей.

7. К социальным характеристикам фирмы относят:
 - а) стабильность фирмы;*
 - б) забота фирмы о защите окружающей среды.*
 - в) экспериментальные исследования

8. Правила построения имиджа организации включают:

- а) оригинальность;*
- б) перегруженность информацией;
- в) точность адреса;*

9. Средства информирования - это:

- а) пресс- релиз;*
- б) обзорная статья;*
- в) рекламный вестник.

10. PR-менеджер - это:

- а) специалист, осуществляющий комплекс мероприятий, направленных на взаимодействие с общественностью; *
- б) специалист, проводящий исследования рынка с целью изучения общественного мнения;
- в) специалист, занимающийся разработкой товарного знака

Тесты ко 2 разделу.docx

Раздел 2. Теория коммуникации, как основа «связей с общественностью»

Цель - провести тестовую оценку уровня достижения результата 3-14; B8; B12; B22.

1. Информационный повод - это?

- а) утечка значимой конфиденциальной информации;
- б) событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение;*
- в) работа с мнениями самых широких слоев общественности

2. Что является целью внутрикорпоративных PR-коммуникаций?

- а) создание благоприятной рабочей обстановки в коллективе;*
- б) предоставление работникам компании информации, необходимой для профессионального выполнения своих функций;
- в) система поощрений и мотивации трудоспособности работников

3. Что такое презентация?

- а) мероприятие, служащее средством общения и решения актуальных вопросов;
- б) представление какой-либо фирмы или отдельной услуги, продукции общественности;*
- в) мероприятие, организуемое компанией, сочетающее в себе отдых и обмен мнениями

4. Слоган - это:

- а) словосочетание, кратко выражающее содержание обращения, эмоционально заряженное;*
- б) обозначение товарного знака;
- в) процесс разработки фирменного наименования .

5. Выделите функцию PR нацеленную на товар:

- а) товарная пропаганда;*
- б) общефирменная коммуникация;
- в) консультирование.

6. Что такое имидж?

- а) публичный образ политика или иного известного человека;
- б) образ PR-субъекта, сформировавшийся у целевой аудитории;*
- в) визуальный образ компании.

7. Пресс-релиз - это?

- а) подготовка информационного сообщения для прессы;*
- б) проведение встречи с журналистами;
- в) формирование материалов для распространения на пресс-конференциях

8. PR-кампания - это:

- а) комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа компании;*
- б) активная работа с целевой аудиторией;
- в) поддержание взаимодействия со средствами массовой информации

9. Средства информирования - это:

- а) пресс- релиз;*
- б) обзорная статья;*
- в) рекламный вестник.

10. Брифинги для прессы:

- а) формируют взаимоотношения журналистов с фирмой; *
- б) характеризуют события новостийного характера;
- в) устанавливают значительные льготы для фирмы консультирование.

Темы письменных опросов к 3 разделу.docx

Раздел 3. Правовое регулирование и контроль деятельности в сфере связей с общественностью

Цель - провести тестовую оценку уровня достижения результата 3-14;У7; В13;Р54.

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 АКООС
- 5.Кодекс профессиональных стандартов Американского общества публич рилейшенз –PRSA
- 6.Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью - РАСО

Темы к реферату.docx

Темы к реферату

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