

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 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (000144545)
PR-менеджмент

(указывается наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификации выпускника Бакалавр

Профиль подготовки Управление технологическими инновациями

Форма обучения очная
(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.	СРС, час.	Экзаменов, час.	Форма промежуточ- ного контроля
8	3	108	20	18	0	70	0	Зч
Итого	3	108	20	18	0	70	0	

Москва
2021

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 МАИ, разработанного на основе модифицированных ФГОС ВО (3++) 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	3-1 (ПКР-14.1)	Знать основные понятия, определения и модели PR-менеджмента.
2	У-1 (ПКР-14.1)	Уметь организовать связи с деловыми партнерами, используя различные информационные источники для расширения внешних связей и обмена опытом.
3	В-1 (ПКР-14.1)	Владеть навыками публичных выступлений и аргументации.
4	3-3 (ПКР-14.2)	Знать основные источники информации, необходимой для организации внешних связей при реализации проектов, направленных на развитие деятельности предприятия.
5	У-3 (ПКР-14.2)	Уметь отвечать на задаваемые вопросы по теме исследования при публичном представлении результатов проделанной работы.
6	В-3 (ПКР-14.2)	Владеть навыками поддержания связей с деловыми партнерами, используя различные информационные источники для расширения внешних связей.

Перечисленные РО являются этапом формирования следующих компетенций:

N	Шифр	Компетенция
1	ПКР-14	Способен проводить комплексный маркетинговый анализ продуктов, услуг.

Индикаторы достижения компетенций, служащие для проверки сформированности части соответствующей компетенции:

N	Шифр	Индикатор компетенций
1	ПКР-14.1.	Участвует в подготовке и реализации различных публичных мероприятий, проводимых организацией.
2	ПКР-14.1.	Участвует в подготовке и реализации различных публичных мероприятий, проводимых организацией.
3	ПКР-14.1.	Участвует в подготовке и реализации различных публичных мероприятий, проводимых организацией.
4	ПКР-14.2.	Применяет методы и способы маркетинга при разработке и продвижении новых видов продукции.
5	ПКР-14.2.	Применяет методы и способы маркетинга при разработке и продвижении новых видов продукции.
6	ПКР-14.2.	Применяет методы и способы маркетинга при разработке и продвижении новых видов продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

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

N	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
1	Деловые коммуникации	Маркетинг инноваций
2		Итоговая гос. аттестация

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Модуль	Раздел	Лекции	Практич. занятия	Лаборат. работы	СРС	Всего часов	Всего с экзаменами и

							курсовыми
PR-менеджмент	Сущность и понятие PR – менеджмента	6	4	0	16	26	108
	Средства массовой информации как основной канал коммуникации	4	6	0	16	26	
	Правовое обеспечение PR – менеджмента	2	2	0	6	10	
	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	8	6	0	32	46	
Всего		20	18	0	70	108	108

3.1. Лекции

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема лекции
1	1.1. Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Роль и значение PR -менеджмента в деятельности организации
2	1.1. Сущность и понятие PR – менеджмента	4	Понятие и сущность коммуникации
3	1.2. Средства массовой информации как основной канал коммуникации	2	СМИ: содержание и деятельность
4	1.2. Средства массовой информации как основной канал коммуникации	2	Этика и профессиональные стандарты
5	1.3. Правовое обеспечение PR – менеджмента	2	Правовая основа PR -менеджмента
6	1.4. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	4	Имидж организации и его составляющие
7	1.4. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	4	Влияние имиджа организации на потребителя
Итого:		20	

3.2. 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 (АЗ: 4, 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: 2)

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: 2, СРС: 2)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Лекция

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: 2, СРС: 2)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Лекция

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: 4, СРС: 2)

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: 4, СРС: 2)

Тип лекции: Информационная лекция

Форма организации: Лекция

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

3.3. Практические занятия

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Тема практического занятия
1	1.1. Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Функции PR – менеджмента Основные области применения
2	1.1. Сущность и понятие PR – менеджмента	2	Сущность и структура коммуникации
3	1.2. Средства массовой информации как основной канал коммуникации	4	Особенности средств массовой информации
4	1.2. Средства массовой информации как основной канал коммуникации	2	Этика и профессиональные стандарты
5	1.3. Правовое обеспечение PR – менеджмента	2	Законодательный аспект PR – деятельности
6	1.4. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	4	Организационная культура и имидж конкретной организации
7	1.4. Имидж: содержание и	2	Стратегии коммуникаций с субъектами рынка

	роль в процессе коммуникации		
Итого:		18	

3.4.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.

1.1.2. Сущность и структура коммуникации (А3: 2, СРС: 6)

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Анализ проблемной ситуации. Ответы на вопросы ситуационной задачи.

Коллективное обсуждение ответов.

1.2.1. Особенности средств массовой информации (А3: 4, СРС: 6)

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Обсуждение особенностей средств массовой информации: телевидение, радио, журналы, газеты и т.д..СМИ как базовый элемент коммуникаций в PR –менеджмент.

1.2.2. Этика и профессиональные стандарты (А3: 2, СРС: 4)

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Обсуждение этических проблем PR –менеджмент. Разновидность профессиональных стандартов PR – деятельности. Кодексы профессионального поведения PR-специалиста. Структура и содержание

1.3.1. Законодательный аспект PR – деятельности (А3: 2, СРС: 4)

Форма организации: Практическое занятие

Описание: Обсуждение законов и нормативных актов о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Проблемы правовой защиты потребителей от недобросовестных производителей.

1.4.1. Организационная культура и имидж конкретной организации (А3: 4, 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.

1.4.2. Стратегии коммуникаций с субъектами рынка (А3: 2, СРС: 4)

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.

3.5.Лабораторные работы

Не предусмотрено учебным планом.

3.6.Содержание лабораторных работ

3.7.Курсовые работы и проекты по дисциплине

3.8.Промежуточная аттестация

1.

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	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:

№	Шифр	Компетенция	Этапы формирования компетенции
1	ПКР-14	Способен проводить комплексный маркетинговый анализ продуктов, услуг.	Практические занятия: 1. Функции PR –менеджмент Основные области применения. 2. Сущность и структура коммуникации. 3. Особенности средств массовой информации. 4. Этика и профессиональные стандарты. 5. Законодательный аспект PR – деятельности . 6. Организационная культура и имидж конкретной организации . 7. Стратегии коммуникаций с субъектами рынка .

Комплект типовых индивидуальных заданий

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, часов	Наименование типового задания
1	Средства массовой информации как основной канал коммуникации	2	Тестирование
2	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	14	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации
3	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	2	Индивидуальное задание по разработке имиджа конкретного предприятия
4	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации	2	Презентация
Итого:		20	

Содержание типовых заданий

1.2.1. Тестирование(СРС: 2)

Тематика: Средства массовой информации как основной канал коммуникации

Тип: Домашнее задание

Прикрепленные файлы: Тесты к 1 разделу.docx

1.4.1. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации(СРС: 14)

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(СРС: 2)

Тематика: Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации

Тип: Домашнее задание

1.4.3. Презентация (СРС: 2)

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 (8 семестр)

Прикрепленные файлы: Вопросы к зачету.docx

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

а)основная литература:

а) основная литература:

1. Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичных отношений / Д.А. Вылегжанин. – М.: Ф, 2019. – 371 с.
2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2020. – 231 с.
3. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.
4. Джефкинс Ф., Ядин Д. Публичных отношений / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 – 416 с.
5. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью / А.Ю. Дорский. – СПб: СПбГУ, 2019. – 216 с.

Литература из электронного каталога:

1. Джефкинс Ф., Ядин Д. Публичных отношений 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. Публичных отношений 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. Публичных отношений: 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. Пабрик 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.абрик рилейшинз: принципы и практика / Китчен Ф.Д. - М.: ИОНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с.: ISBN 5-238-00603-9 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1348495/>

4. Джефкинс Ф. Пабрик рилейшинз / Джефкинс Ф., Ядин Д., Еремина Б.Л. - М.: ИОНИТИ-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
"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 "Рукопт"	
ООО "Национальный цифровой ресурс "Рукопт".	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 «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/jsptui/>
- 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: ПКР-14.

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

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: рубежный контроль в форме Контрольная работа, Коллоквиум и промежуточная аттестация в форме Зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (20 часов), практические (18 часов), лабораторные (0 часов) занятия и (70 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

Тесты к 1 разделу.docx

Примеры Тестовых заданий

Раздел 1. Сущность и понятие PR –менеджмента

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) деловая коммуникация;*
 - б) оплаченная информация;
 - в) стимулирование сбыта.

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

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) общекорпоративная 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

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