

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от
«__» _____ 20__ г. № __

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с
общественностью

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

38.03.03 Управление персоналом

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Управление человеческими ресурсами

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, очно-заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2021 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.ДВ.02.01 Теория и практика связей с общественностью.

Курс призван дать основные понятия об основах публич рилейшинз, организации работы со СМИ, познакомить с особенностями управления имиджем компании средствами PR для внешней и внутренней аудитории реального цикла в соответствии с учебным планом направления – «Управление персоналом», (квалификации «Бакалавр»).

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

| Формируемые компетенции (код, содержание компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции | | Наименование оценочного средства |
|---|---|--|---|
| | Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора) | Результаты обучения по дисциплине** | |
| ПК-5. Способен разрабатывать проекты социального партнерства при решении задач управления персоналом, в целях повышения социально-экономической эффективности организации. | ИПК-5.3. Разрабатывает бизнес-план и стратегию реализации проекта, ясные и конкретные критерии достижения проектного результата. | <i>Знать</i> подходы к формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью <i>Уметь</i> реализовывать подходы к формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью <i>Владеть</i> подходами к формированию стратегии реализации проекта с использованием средств, методов и инструментов связей с общественностью | <i>Тест, кейс, практическое задание</i> |
| | ИПК-5.4. Подбирает соответствующие инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта, проводит социально- | <i>Знать</i> инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с общественностью <i>Уметь</i> использовать инструменты для оценки экономической и социальной эффективности проекта в части связей с общественностью <i>Владеть</i> инструментами для оценки экономической и социальной | <i>Тест, кейс, практическое задание</i> |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | экономическое обоснование эффективности. | эффективности проекта в части связей с общественностью | |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.2. Активно участвует в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы. | <p><i>Знать</i> методы и приемы обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p> <p><i>Уметь</i> применять методы и приемы обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p> <p><i>Владеть</i> методами и приемами обмена информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов командной работы.</p> | <i>Тест, кейс, практическое задание</i> |

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная форма обучения | очно-заочная форма обучения |
|---|----------------------|-----------------------------|
| Общая трудоемкость | 2 ЗЕТ | 2 ЗЕТ |
| Часов по учебному плану | 72 | 72 |
| в том числе | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | |
| - занятия лекционного типа | 16 | 8 |
| - занятия семинарского типа (практические занятия) | 16 | 8 |
| самостоятельная работа | 39 | 55 |
| КСР | 1 | 1 |
| Промежуточная аттестация – зачет | | |

3.2. Содержание дисциплины

| Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины | Всего (часы) | | в том числе | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|---|--------------|---------------------------|--------------|-------|--------------|---|--------------|
| | | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них | | | | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы | |
| | | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | Всего | | | |
| | Очная | Очно-заочная | Очная | Очно-заочная | Очная | Очно-заочная | Очная | Очно-заочная | Очная | Очно-заочная |
| Тема 1 Основные подходы к понятию «связи с общественностью». История связей с общественностью. PR в системе ИМК. Должностные обязанности специалиста по PR | | | 6 | 4 | 6 | 4 | 12 | 8 | 11 | 17 |
| Тема 2. Процесс коммуникации в связях с общественностью. Целевые аудитории для компании. Основные каналы коммуникации в связях с общественностью. | | | 5 | 2 | 5 | 2 | 10 | 4 | 14 | 19 |
| Тема 3. Взаимодействие со СМИ и основные PR документы. Организация пресс-конференции | | | 5 | 2 | 5 | 2 | 10 | 4 | 14 | 19 |
| КСР | | | | | | | | | | |
| Контроль | | | | | | | 1 | 1 | | |
| ИТОГО | 72 | 72 | 16 | 8 | 16 | 8 | 33 | 17 | 39 | 55 |

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение прикладной задачи кейса, деловой игры.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 4 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие: практических навыков в соответствии с профилем ОП: применение современных методов управления

персоналом; участие в разработке, обосновании и внедрении проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом и организации в целом (в том числе в кризисных ситуациях); участие в процессах планирования и оптимизации структуры персонала организации.

- компетенций - ПК-5.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс Теория и практика связей с общественностью, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | Шкала оценивания сформированности компетенций | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|---|---|
| | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
| | не зачтено | | зачтено | | | | |
| <u>Знания</u> | Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |
| <u>Умения</u> | Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в | Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несуществен | Продемонстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, |

| | | | | | | | |
|---------------|--|---|---|--|--|--|---|
| | обучающего от ответа | грубые ошибки. | Выполнены все задания но не в полном объеме. | Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | полном объеме, но некоторые с недочетами. | ным недочетами, выполнены все задания в полном объеме. | в полном объеме без недочетов |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающего от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

Шкала оценки при промежуточной аттестации

| Оценка | | Уровень подготовки |
|-------------------|----------------------------|---|
| | превосходно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой |
| зачтено | отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» |
| | очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» |
| | хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» |
| | удовлетворительно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | неудовлетворительно | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» |
| | плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

| <i>вопросы</i> | <i>Код формируемой компетенции</i> |
|---|------------------------------------|
| 1. Основные подходы к определению PR: альтруистический, компромиссный, прагматический. | УК-3 |
| 2. Понятие общественность, целевые аудитории, коммуникация, публичная коммуникация. Паблицитный капитал. | ПК-5 |
| 3. PR как управленческая, социально-практическая, рыночная, коммуникативная, технологическая и социоинженерная деятельность. | УК-3 |
| 4. Цель и функции PR. Внутренние функции, характерные для PR-отрасли как самодостаточной сферы деятельности (технологические функции и функции собственного продвижения). | ПК-5 |
| 5. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. | УК-3 |
| 6. Структура институтов связей с общественностью | ПК-5 |
| 7. Государственная PR-служба. | УК-3 |
| 8. Корпоративные службы PR (департаменты, информационно-аналитические отделы, пресс-службы). | ПК-5 |
| 9. PR агентства, их виды и функции. Консультационные компании. | УК-3 |
| 10. Профессиональные сообщества PR. Профессиональные PR-сообщества России. | ПК-5 |
| 11. Общая характеристика функций и требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью. | УК-3 |

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции

УК- 3

1.Какая из концепций рассматривает информацию как несуществующий реально объект, как умственную абстракцию:

- а) естественно-научная;
- б) функциональная;
- в) математическая.**

2.Что из перечисленного не относится к характеристикам информации:

- а) количество;
- б) качество;**
- в) доступность;
- г) адекватность.

3) Как называются специальные средства передачи социально-значимой информации, а также (или) предприятие, обеспечивающее сбор, обработку и тиражирование данной информации для массовой аудитории:

- а) средства массовой коммуникации;
- б) средства массовой информации;**
- в) средства передачи массовой информации;

г) коммуникативный процесс.

4. Как называется систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью информирования и оказания идеологического, политического, экономического, психологического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей:

- а) массовая информация;
- б) PR-информация;
- в) социальная информация;
- г) **массовая коммуникация.**

5. Сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от их формы представления – это:

- а) коммуникация;
- б) средства массовой информации;
- в) **информация;**
- г) социальная информация.

ПК- 5

6. Селективность как характеристика PR-информации означает:

- а) соответствие между информационными запросами аудитории и полученным ею сообщением;
- б) **отбор, выборочный характер информации;**
- в) распространение PR-субъектом информации о своей деятельности среди общественности;
- г) степень близости к реальному состоянию объекта.

7. Какая из характеристик информации определяет степень ее близости к реальному состоянию объекта:

- а) доступность;
- б) полнота;
- в) объективность;
- г) **точность.**

8. Укажите правильную последовательность элементов коммуникативного процесса:

- а) отправитель – канал – сообщение – получатель;
- б) **сообщение – отправитель – канал – получатель;**
- в) отправитель – сообщение – канал – получатель;
- г) сообщение – канал – отправитель – получатель.

9. Как называется процесс обмена информацией между двумя или несколькими людьми:

- а) PR-информация;
- б) публичная сфера;
- в) информация;

г) коммуникация.

10. Какое из свойств информации позволяет человеку меньше напрягать внимание:

а) актуальность;

б) избыточность;

в) объективность;

г) ценность.

5.2.3. Типовые задания для оценки сформированности компетенции

УК-3

Руководитель поручил Вам продумать содержание очередного выпуска внутрикорпоративного издания вашей компании. Отберите те события, о которых можно рассказать сотрудникам. Что включать не стоит? Обоснуйте свой выбор.

Придумайте заголовки для публикаций в вашем издании.

1 Один из работников уехал на стажировку в Турцию.

2 Из декретного отпуска вышла одна из сотрудниц.

3 Два человека получили несерьезные производственные травмы.

4 У заместителя директора родился сын.

5 В офисе пропала 1000 рублей (из денег на благотворительность)

6 Бывшему начальнику исполнилось 70 лет, но его забыли поздравить.

7 Всего за месяц уволился один человек, и один был принят на работу.

8 На предприятие приезжал генеральный директор из головного офиса.

Всего пробыл пять дней, провел проверку. Уехал, о результатах проверки обещал сообщить позднее.

9 На предприятии вводится строгий дресс-код со следующего месяца.

10 На практику в компанию пришли студенты (всего 5 человек). Пока ходят без дела, больше мешают.

ПК-5

1. Проанализируйте миссии следующих компаний. Насколько удачно они сформулированы?

Google: «Организовать информацию мира и сделать ее повсеместно доступной и полезной».

Facebook: «Дать людям возможность общаться и сделать мир более открытым и единым».

Kodak: «Мы помогаем миру создавать воспоминания и зарабатывать»

Яндекс: «Помогать людям решать задачи и достигать своих целей в жизни».

Диснейленд: «Мы работаем для того, чтобы взрослые и дети проводили больше времени вместе».

Castorama: «Мы помогаем покупателям сделать свои дома совершеннее и комфортнее, Преобразовать трудоемкий и затратный обустройства в интересное, доступное каждому увлечение».

2. Рассмотрите следующую проблемную ситуацию и наметьте пути ее разрешения.

На дебатах Вашему кандидату (45 лет) стало плохо – судя по всему, он потерял сознание во время прямого эфира. В СМИ тут же появились домыслы, что кандидат болен, он не в состоянии выдержать даже предвыборную гонку, а что же дальше. Предложите стратегию предвыборной кампании кандидата для минимизации имиджевых потерь.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. К 64 Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. — Изд. 6-е, испр. и доп. — М.: Академический Проект, 2009. — 511 с.
2. Архангельская И. Б., Мезина Л. Г., Архангельская А. С. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М. : ИНФРА-М, РИОР, 2016. -171 с.

б) дополнительная литература:

1. Кривонос А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. - Основы теории связей с общественностью: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью". - СПб.: Питер, 2011. - 384 с.
2. Абрамов Р. Н., Кондратьев Э. В. - Связи с общественностью: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080507.65 "Менеджмент организации". - М.: КноРус, 2012. - 272 с.
3. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. - Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учеб. для бакалавров. - М.: Юрайт, 2013. - 383 с.
4. Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских / практических занятий: учеб.-метод. пособие / Н.Г. Ткачева.— Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. — 277 с.
5. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб. рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. — 2 — е изд., доп. и перераб.. — М.: Аспект Пресс, 2009. — 511 с. (ЭБС Ун. б-ка online).
6. . Шарков ф.И. паблик рилейшнз: учеб Ф.И. Шарков. — М.: Дашков и Ко, 2012. — 330 с. (ЭБС Ун. б-ка online).
7. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие Ф Китчен — М.: Юнити Дана, 2012. — 445 с. (ЭБС Ун. б-ка online).
8. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа — рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. — М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА — М, 2007. — 335 с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Сайт службы распространения пресс-релизов PR online [Электронный ресурс]. — Электр. дан. и прогр. — режим доступа: <https://www.pronline.ru/>
2. Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. — Электр. дан. и прогр. — режим доступа: <http://www.rupr.ru/>
3. Сайт электронного отраслевого СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. [Электронный ресурс]. — Электр. дан. и прогр. — режим доступа: www.sostav.ru
4. Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. — Электр. дан. и прогр. — режим доступа: <http://www.raso.ru/>
5. Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] / Электронно-библиотечная система «Издательства «Лань». — Б. м., 2010. — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/>. — Загл. с экрана.
6. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс] / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". — Б. м., 2005 – 2015. — Режим доступа : <http://window.edu.ru/>. — Загл. с экрана.

7. Сайт аналитической газеты «PR-News» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-news.ru/>.
8. Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Минимально необходимый для чтения курса перечень материально-технического обеспечения включает оборудованные мультимедийными средствами обучения, а также возможностью выхода в Интернет, т.к. занятия проводятся с использованием мультимедийного оборудования.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные по помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО /ОС ННГУ _____.

Автор (ы) _____ Кемаев К.В.

Рецензент (ы) (*на усмотрение разработчиков ООП*) _____

Заведующий кафедрой _____

Программа одобрена на заседании методической комиссии

_____ факультета/института

от «__» _____ 20__ года, протокол № _____.

