

**Государственное учреждение высшего профессионального
образования «Белорусско-Российский университет»**

УТВЕРЖДАЮ:

**Первый проректор Белорусско-
Российского университета**

М.Е.Лустенков

« 20 » 01 2017 г.

Регистрационный № УД-380402/Б-1.ВД.В.4.2/р

**«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки: 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль) Инновационный менеджмент

Квалификация (степень) Магистр

	Форма обучения
	Очная
Курс	2
Семестр	3
Лекции, часы	8
Практические занятия, часы	36
Зачет, семестр	3
Контактная работа по учебным занятиям, часы	44
Самостоятельная работа, часы	64
Всего часов/зачетных единиц	108/3


Кафедра-разработчик программы: Маркетинг и менеджмент

Составитель: старший преподаватель Климова Л.А.

Могилев 2017

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденным приказом № 322 от 30.03.2015 г., учебным планом рег. № 380402-1, утвержденным 20.12.2016 г.

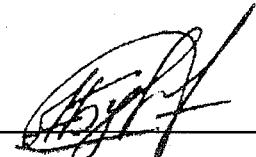
Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой «Маркетинг и менеджмент»
«12» января 2017 г., протокол № 6 .

Зав.кафедрой  А.В.Александров

Одобрена и рекомендована к утверждению Президиумом научно-методического совета Белорусско-Российского университета

«19» января 2017 г., протокол № 4.

Зам.председателя Президиума
научно-методического совета

 А.Д. Бужинский

Рецензент:


Маковская Наталья Владимировна – заведующая кафедрой «Экономика и управление» УО «Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова», доктор экон. наук, профессор

Рабочая программа согласована:

Ведущий библиотекарь

 Л.А. Астекалова

Начальник учебно-методического
отдела


12.01.17 О.Е. Печковская

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденным приказом № 322 от 30.03.2015 г., учебным планом рег. № 380402-1, утвержденным 20.12.2016 г.


Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой «Маркетинг и менеджмент»
«12» января 2017 г., протокол № 6 .

Зав.кафедрой  А.В.Александров

Одобрена и рекомендована к утверждению Президиумом научно-методического совета Белорусско-Российского университета

«19» января 2017 г., протокол № 4.

Зам.председателя Президиума
научно-методического совета


А.Д. Бужинский

Рецензент:

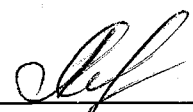
Маковская Наталья Владимировна – заведующая кафедрой «Экономика и управление» УО «Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова», доктор экон. наук, профессор

Рабочая программа согласована:

Ведущий библиотекарь

 Л.А. Астекалова

Начальник учебно-методического
отдела


О.Е. Печковская
12.01.17

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов глубоких системных знаний в области теории и практики связей с общественностью.

1.2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- понятие связей с общественностью;
- коммуникационные способы реагирования предприятия на динамичные изменения рынка;

уметь:

- определять цели и мотивы действий в области связей с общественностью в сложившихся условиях;
- использовать средства и приемы связей с общественностью.

владеть:

- методами оценки эффективности связей с общественностью в социально-рыночном контексте.

1.3 Место учебной дисциплины в системе подготовки студента

Дисциплина относится к блоку 1 «Дисциплины (модули). Дисциплины по выбору».

Перечень учебных дисциплин (циклов дисциплин), которые будут опираться на данную дисциплину:

- «Управление процессами»;
- «Управление проектами на предприятии».

Кроме того, результаты изучения дисциплины используются в ходе практики и при подготовке выпускной квалификационной работы.

1.4 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Вклад дисциплины в формирование результатов обучения выпускника (компетенций) и достижение обобщенных результатов обучения происходит путем освоения содержания обучения и достижения частных результатов обучения, описанных в данном разделе.

2.1 Содержание учебной дисциплины

Номер тем	Наименование тем	Содержание	Коды формируемых компетенций
1	Понятие связей с общественностью (PR).	Связи с общественностью: обзор основных понятий. Место и функции связей с общественностью в системе маркетинга предприятия.	ОК-3 ОПК-1
2	Разработка PR-кампании	Процесс разработки PR-кампании. Методы PR: основные правила контакта со СМИ. Роль и задачи внутренних связей с общественностью. Внутренняя PR-кампания для поддержки изменений, происходящих на предприятии	ОК-3 ОПК-1

3	Организация специальных мероприятий.	Организация специальных мероприятий. Событийный маркетинг. Новые средства массовой информации и технологии PR.	ОК-3 ОПК-1
4	Правовые и этические аспекты PR. Оценка эффективности PR.	Правовые и этические аспекты PR. Международные организации PR. Процедура действий в кризисных ситуациях. Тематические исследования PR-кампаний. Анализ наиболее часто встречающихся ошибок. Мониторинг и анализ эффективности PR -мероприятий.	ОК-3 ОПК-1

2.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины

№ недели	Лекции (наименование тем)	Часы	Практические (семинарские) занятия	Часы	Самостоя- тельная работа, часы	Форма контроля знаний	Баллы (max)
Модуль 1							
1	Тема 1. Понятие связей с общественностью (PR).	2	Тема 1. Основные понятия в сфере PR	2	4	О	5
2			Тема 2. Место и функции связей с общественностью в системе маркетинга предприятия.	2	4	О	5
3			Тема 3. Процесс разработки PR-кампании.	2	3		
4			Тема 3. Процесс разработки PR-кампании.	2	3	ЗИЗ	10
5	Тема 2. Разработка PR-кампании	2	Тема 4. Тематические исследования PR-кампаний	2	4	О	5
6			Тема 5. Методы PR: основные правила контакта со СМИ	2	4		
7			Тема 5. Методы PR: основные правила контакта со СМИ	2	4	О	5
8			Тема 6. Роль и задачи внутренних связей с общественностью.	2	3	ПКУ	30
Модуль 2							
9	Тема 3. Организация специальных мероприятий	2	Тема 7. Организация специальных мероприятий.	4	3	О	5
10			Тема 8. Событийный маркетинг	2	3		
11			Тема 9. Новые средства массовой информации и технологии PR.	4	3	ЗИЗ	10
12			Тема 10. Социальные медиа в PR.	2	4		
13	Тема 4. Правовые и этические аспекты PR. Оценка эффективности PR	2	Тема 11. Процедура действий в кризисных ситуациях.	2	4	О	5
14			Тема 12. Нестандартные приемы PR.	2	4	ЗИЗ	10
15			Тема 13. Мониторинг и анализ эффективности PR -мероприятий	4	3	ПКУ ПА(зачет)	30 40
	Итого	8		36	64		100

О - опрос.

ЗИЗ – защита индивидуального задания.

ПКУ - промежуточный контроль успеваемости.

ПА - промежуточная аттестация.

Итоговая оценка определяется как сумма текущего контроля и промежуточной аттестации и соответствует баллам:

Зачет

Оценка	Зачтено	Не зачтено
Баллы	51-100	0-50

3 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Применение форм и методов проведения занятий при изучении различных тем курса представлено в таблице.

№ п/п	Форма проведения занятия	Вид аудиторных занятий		Всего часов
		Лекции	Практические занятия	
1	Мультимедиа	Темы 1, 2, 3, 4	Темы 4, 7, 12	16
2	Проведение дискуссий		Темы 1, 2, 3, 9, 10	14
3	Проблемные / проблемно-ориентированные		Темы 6, 11	4
4	Деловые игры		Темы 5, 8	6
5	Расчетные		Тема 13	4
	ИТОГО			44

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Используемые оценочные средства по учебной дисциплине представлены в таблице и хранятся на кафедре.

№ п/п	Вид оценочных средств	Количество комплектов
1	Вопросы к зачету	1
2	Перечень индивидуальных заданий	1
3	Перечень теоретических вопросов для опроса	1
4	Перечень заданий для практических работ	1

5 МЕТОДИКА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

5.1 Уровни сформированности компетенций

№п/п	Уровни сформированности компетенций	Содержательное описание уровня	Результаты обучения
Компетенция ОК-3 – готовность к саморазвитию самореализации, использованию творческого потенциала			
1	Пороговый уровень	Знает некоторые характеристики процессов саморазвития и самореализации, но не раскрывает механизмы их реализации в заданной ситуации.	Владеет информацией о личностных способностях, но для самостоятельного выполнения конкретной деятельности не может использовать те, которые адекватны целям и условиям осуществления деятельности.
2	Продвинутый уровень	Знает существенные характеристики процессов саморазвития и самореализации, но не может обосновать адекватность их использования в конкретных ситуациях.	Владеет системой приемов саморазвития и самореализации и осуществляет свободный личностный выбор приемов только в стандартных ситуациях конкретной профессиональной деятельности.
3	Высокий уровень	Демонстрирует знания системы существенных характеристик процессов саморазвития и самореализации и дает полную аргументацию адекватности использования своих способностей и возможностей в определенной ситуации.	Владеет полной системой приемов саморазвития и самореализации, демонстрируя творческий подход при выборе приемов с учетом определенности или неопределенности ситуации в профессиональной и других сферах деятельности.
Компетенция ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности			
1	Пороговый уровень	Знает отдельные профессиональные	Сформирована способность

		термины в сфере связей с общественностью, некоторые правила речевого этикета	логически верно строить устную и письменную речь на русском и иностранном языках. Удовлетворительно владеет письменной и устной речью на русском и иностранном языках, создает и редактирует тексты профессионального назначения в сфере связей с общественностью на русском и иностранном языках.
2	Продвинутый уровень	Знает основные термины в сфере связей с общественностью на русском и иностранном языках, правила устного и письменного речевого этикета для решения задач в профессиональной сфере связей с общественностью	Владеет правилами речевого этикета, умеет логически верно строить устную и письменную речь на русском и иностранном языках, Хорошо владеет письменной и устной речью, создает тексты профессионального назначения в сфере связей с общественностью на русском и иностранном языках, владеет навыками публичной речи на русском и иностранном языках
3	Высокий уровень	Демонстрирует превосходные знания русского и иностранного языков, готовность к коммуникациям в устной и письменной форме для решения задач в профессиональной сфере связей с общественностью	Превосходно владеет навыками коммуникаций в письменной и устной форме на русском и иностранном языках в процессе решения задач в профессиональной сфере связей с общественностью. Умеет вести деловую переписку, логически верно строить устную и письменную речь, проводить деловые переговоры и публичные выступления на русском и иностранном языках, создавать и редактировать тексты профессионального назначения в сфере связей с общественностью на русском и иностранном языках с учетом всех требований речевого этикета

5.2 Методика оценки знаний, умений и навыков студентов

Результаты обучения	Оценочные средства
Компетенция ОК-3 – готовность к саморазвитию самореализации, использованию творческого потенциала	
Знать: существенные характеристики процессов саморазвития и самореализации обоснование механизмов их реализации в определенной ситуации.	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса
Уметь: использовать приемы саморазвития и самореализации, творческий потенциал в ситуациях конкретной профессиональной деятельности.	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса
Владеть: системой приемов саморазвития и самореализации	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса
Компетенция ОК-1 - готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	
Знать: лексическую базу и терминологию связей с общественностью, в т.ч. на иностранном языке, правила речевого этикета, основы устных и письменных коммуникаций в профессиональной сфере связей с общественностью	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса
Уметь: использовать средства письменной и устной коммуникации в профессиональной сфере связей с общественностью, логически верно строить свою речь на русском и иностранном языках.	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса
Владеть: навыками коммуникаций в письменной и устной форме на русском и иностранном языках в процессе решения задач в профессиональной сфере связей с общественностью	Перечень индивидуальных заданий. Теоретические вопросы для опроса

5.3 Критерии оценки практических работ

Оценка	Баллы	Критерии
5 ("отлично")	5	Систематизированные, глубокие и полные знания по тематике выполняемой практической работы, а также по основным вопросам, выходящим за ее рамки. Точное использование научной терминологии. Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой практической работы, и давать им критическую оценку.
4 ("хорошо")	4	Достаточно полные и систематизированные знания по тематике выполняемой практической работы, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой практической работы, и давать им критическую оценку.
3 ("удовлетворительно")	3	Достаточный объем знаний по тематике выполняемой практической работы, минимально соответствующий требованиям образовательного стандарта, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой практической работы.
2 ("неудовлетворительно")	2-0	Недостаточно полный объем знаний по тематике выполняемой практической работы, не соответствующий минимальным требованиям, установленным образовательным стандартом. Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой практической работы.

5.4 Критерии оценки индивидуальных заданий

Оценка	Баллы	Критерии
5 ("отлично")	10-9	Систематизированные, глубокие и полные знания по тематике индивидуального задания, а также по основным вопросам, выходящим за ее рамки. Точное использование научной терминологии. Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой индивидуального задания, и давать им критическую оценку.
4 ("хорошо")	8-6	Достаточно полные и систематизированные знания по тематике индивидуального задания, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой индивидуального задания, и давать им критическую оценку.
3 ("удовлетворительно")	5-4	Достаточный объем знаний по тематике индивидуального задания, минимально соответствующий требованиям образовательного стандарта, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой индивидуального задания.
2 ("неудовлетворительно")	3-0	Недостаточно полный объем знаний по тематике индивидуального задания, не соответствующий минимальным требованиям, установленным образовательным стандартом. Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой индивидуального задания.

5.5 Критерии оценки опросов

Оценка	Баллы	Критерии
5 ("отлично")	5	Полный развернутый логично построенный ответ с примерами.
4 ("хорошо")	4	Полный логично построенный ответ с достаточной детализацией материала.
3 ("удовлетворительно")	3	Неполное изложение вопроса без грубых стилистических и логических ошибок.
2 ("неудовлетворительно")	2-1	Фрагментарные знания (основные понятия), наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок.

5.6 Критерии оценки зачета

Оценка	Баллы	Критерии
5 («отлично»)	40-35	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы. Точное использование научной терминологии. Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку.
4 («хорошо»)	34-28	Достаточно полные и систематизированные знания по всем разделам учебной программы, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку.
3 («удовлетворительно»)	27-20	Достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им оценку.
2 («неудовлетворительно»)	19-0	Недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта. Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов (СРС) направлена на закрепление и углубление освоения учебного материала, развитие практических умений. СРС включает следующие виды самостоятельной работы студентов:

- тематические исследования в сфере связей с общественностью;
- исследовательская работа, в том числе научно-исследовательская;
- конспектирование;
- обзор литературы;
- ответы на контрольные вопросы;
- перевод с иностранных языков;
- подготовка сообщений к выступлению на практических занятиях;
- подготовка и защита индивидуальных заданий.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Основная литература:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы	Гриф	Количество экземпляров
2	Варакута, С.А. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.	Допущено Советом УМО вузов по образованию в области менеджмента в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации»	http://znanium.com
3	Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с.	Рекомендовано Институтом коммуникационного менеджмента Государственного университета – Высшей школы экономики в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»	http://znanium.com

7.2 Дополнительная литература:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы	Гриф	Количество экземпляров
1	Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с.	Рекомендовано УМО по образованию в области антикризисного управления в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по специальности «Антикризисное управление» и другим экономическим специальностям	http://znanium.com
2	Бриггз, Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с.	Рекомендовано УМЦ «Профессиональный учебник» в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям и специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»	http://znanium.com
3	Бузни, Е.Н. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.	Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Связи с общественностью»	http://znanium.com
4	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для вузов / Ф. Китчен ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Ерёмкина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 445 с.	Рекомендовано УМС УМО МГИМО (Университет) МИД РФ по связям с общественностью в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»	http://znanium.com
5	Корпоративная социальная ответственность : учеб. для студентов вузов / Григорян Е.С., Юрасов И.А. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.	Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ – Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Менеджмент»	http://znanium.com
6	Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 205 с.	-	http://znanium.com
7	Папкова, О.В. Деловые коммуникации: Учебник / О.В. Папкова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.	Рекомендовано Советом УМО по образованию в области менеджмента в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»	http://znanium.com
8	Синяева, И. М. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 200 с.	-	http://znanium.com
9	Синяева, И. М. Сфера PR в маркетинге [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, В. В. Синяев. - М. : ЮНИТИ-	Допущено Министерством образования РФ в качестве учебного пособия для студентов вузов. Рекомендовано УМЦ «Профессиональный учебник» в качестве учебного пособия для	http://znanium.com

	ДАНА, 2012. - 383 с.	тудентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг»	
10	Синяева, И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебник для вузов / И. М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 414 с.	Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. Рекомендовано УМЦ «Профессиональный учебник» в качестве учебника для студентов вуза.	http://znanium.com
11	Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах. Практикум победителя [Электронный ресурс] / Николай Студеникин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 386 с.	-	http://znanium.com
12	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.	-	http://znanium.com

7.3 Перечень ресурсов сети Интернет по изучаемой дисциплине:

7.3.1 Министерства, федеральные службы, агентства:

1 Министерство информационных технологий и связи РФ. Федеральная служба по надзору в сфере связи. Федеральное агентство по информационным технологиям. Федеральное агентство связи. www.minsvyaz.ru

2 Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. www.farpmc.ru

7.3.2 Профессиональные объединения:

1 Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) www.rara.ru

2 Лига рекламных агентств. www.lra.ru

3 Российская ассоциация по связям с общественностью. RASO. www.raso.ru

4 Некоммерческое партнерство Медиа Комитет. www.mediakomitet.ru

7.3.3 Электронные библиотеки, журналы, информационные порталы:

http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/ – PR-библиотека на сайте агентства «Международный пресс-клуб», на сегодняшний день является одним из самых полных и доступных собраний электронных публикаций по связям с общественностью. Библиотека содержит около 200 оригинальных и переводных публикаций, сгруппированным по таким разделам и темам, как «Бизнес-PR», «Политический PR», «Государственный PR», «Некоммерческий PR»; «PR-тендер», «Спонсоринг и фандрайзинг», «PR в Интернете», «Имидж и корпоративные отношения» и т.д.

<http://pr-info.ru> – электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте» содержит новости, материалы и обзоры по широкой проблематике связей с общественностью.

<http://pr-life.ru> – информационный портал «Пиар-лайф» посвящен всем сторонам деятельности по связям с общественностью.

<http://www.pr-news.spb.ru> – Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. В открытом доступе находятся все номера газеты.

<http://www.prnews.ru> – специализированный сервер «PR News» открыт для распространения корпоративной информации. В работе сайта принимают участие около 1 500 корпоративных клиентов, которые имеют возможность публиковать на его страницах пресс-релизы и новости своих компаний.

<http://www.pronline.ru> – сайт «PR-онлайн» создан группой единомышленников с целью популяризации деятельности по связям с общественностью в России. Сайт содержит новости рынка связей с общественностью, аналитические статьи, интервью, база данных участников рынка, форумы и т.п. Отличительной особенностью сайта является полный доступ посетителей ко всем материалам.

<http://www.rupr.ru> – портал «RuPR.Ru» является интернет-версией всероссийского научно-популярного журнала «Public Relations в России». □□□ профессиональный журнал о сценариях и технологиях современных public relations. В журнале освещаются как теоретические, так и практические вопросы public relations.

<http://www.7st.ru> – портал «Семь статей» – электронный журнал о хитростях public relations, секретах маркетинга, тонкостях политики и о рекламе. Информация на сайте обновляется ежедневно. Статьи публикуются полностью.

<http://www.sovetnik.ru> – «Советник» – Профессиональный PR-портал, возникший на основе одноименного журнала. Сайт содержит новости мирового и российского PR, исследования рынка PR-услуг, оглавление номеров журнала, справочник «Кто есть кто», предложения о работе и т.п. Вместе с тем, на сайте имеется обширная (более 1500 источников) база данных на литературу по PR и родственным отраслям экономики.

7.4 Перечень наглядных и других пособий, методических рекомендации по проведению конкретных видов учебных занятий, а также методических материалов к используемым в учебном процессе техническим средствам

7.4.1 Методические рекомендации

1 Связи с общественностью. Методические рекомендации к лабораторным работам для студентов специальности 38.04.02 «Менеджмент» – Электронный вариант.

7.4.2 Информационные технологии

Мультимедийные презентации по лекционному курсу:

Тема 1. Понятие связей с общественностью (PR).

Тема 2. Разработка PR-кампании

Тема 3. Организация специальных мероприятий

Тема 4. Правовые и этические аспекты PR. Оценка эффективности PR