

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Исторический факультет
Кафедра политологии



УТВЕРЖДАЮ
проректор

П.А. Машаров

«29» марта 2024 г.

МП

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

Укрупненная группа направлений подготовки	39.00.00 Социология и социальная работа
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Профиль подготовки	Социология
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология (Профиль: Социология), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённого Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 февраля 2018 г. № 75 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры политологии,
канд. полит. наук



А.И. Анастасов

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры политологии.
Протокол от 26.03.2024 г. № 9

Заведующий кафедрой



А. С. Бобровский

СОГЛАСОВАНО:

Декан исторического факультета
28.03.2024 г.



А. И. Минаев

Учебно-методическая комиссия исторического факультета.
Протокол от 27.03.2024 г. № 7
Председатель



Е. В. Кузнецова

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
канд. пол. наук, доцент
26.03.2024 г.



К. В. Черкашин

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Общая социологическая теория, Политическая социология.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины программы бакалавриата: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	39.03.01 Социология (Профиль: Социология)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.М3 Связи с общественностью
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	3/108

2.2. Распределение часов по периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	4	8	16	–	32	60	108	зачёт
Очно-заочная	4	8	2	–	6	100	108	зачёт

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение теоретических основ связей с общественностью, занимающейся анализом организации и функционирования коммуникативного пространства в обществе, и ее практической стороны - самой системы PR-коммуникаций, назначение которой - производство эффективных публичных дискурсов с целью оптимизации информационного взаимодействия между органами власти и общественностью, организациями и ее общественным окружением.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

4.1. Компетенции

ПК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и обобщение научной информации (концепций, теорий, моделей и др.; социальной, экономической, демографической и др. релевантной эмпирической информации) в рамках задачи, поставленной специалистом более высокой квалификации.

4.2. Индикаторы компетенций

ПК-1.1 Находит, анализирует и представляет фактические данные, готовит аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях.

4.3. Результаты обучения

Знает общенаучные и методы социологического анализа профессиональной информации и условия их применения для исследования личности и ее места в социуме

Умеет анализировать социальные процессы и явления, происходящие в различных сферах общества, с учетом научной объективности и социальной ответственности социолога.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Вопросы темы
Содержательный модуль 1. Начальный	
1. Возникновение и генезис предмета «Связи с общественностью».	1. Исторические предпосылки публич рилейшнз. 2. Эволюция понятия публич рилейшнз. 3. Элементы системы публич рилейшнз.
2. Исторические модели и функции «Связи с общественностью».	1. Четыре исторические модели пиара по Дж. Грунигу. 2. Исторические формы коммуникации по Г. Почепцову. 3. Функции публич рилейшнз.
3. Цели и задачи современного публич рилейшнз.	1. Генеральная цель пиара и ее компоненты. 2. Технологии достижения целей пиара. 3. Основные принципы публич рилейшнз.
4. Основы коммуникации в публич рилейшнз.	1. Понятие и виды коммуникации. 2. SMR как основа коммуникативного публич рилейшнз. 3. Основные технологии коммуникативного воздействия в пиаре.
5. Виды публич рилейшнз, цветной пиар.	1. Виды и специфика публич рилейшнз по сферам применения. 2. Внутренний и внешний пиар. 3. Цветной пиар и его особенности.
6. Планирование пиар деятельности. Анализ ситуации, пиар-трансформация и целевые группы.	1. Необходимость и причины пиар-планирования. 2. Система планирования RACE. 3. Шестиэтапная модель пиар-планирования Джефкинса и Ядина. 4. Инструментарий изучения ситуации. 5. Необходимость пиар-трансформации. 6. Первичные и вторичные источники анализа ситуации.
Содержательный модуль 2. Углубленный	
7. Значение имиджа в публич рилейшнз и его виды.	1. Понятие имиджа и его природа. 2. Стереотипы как основа формирования имиджа по У. Липпману. 3. Виды и технологии формирования имиджа.
8. Имиджмейкинг в	1. Характерные черты имиджа организации П. Стоукса.

паблик рилейшнз.	2.Специфика имиджа Дж. Салливена и К. Шенфилда. 3.Обобщенные характеристика имиджа Д. Бурстина.
9. Средства и технологии формирования имиджа.	1. Технологии построения имиджа корпорации и лидера. 2.Имидж лидера в избирательной кампании. 3. Информационные каналы внедрения имиджа. Бренд и брендинг.
10. Реклама и ее роль в системе паблик рилейшнз.	1.Понятие и цели рекламы. 2.Функции и задачи рекламы. 3. Виды и носители рекламы.
11. Медиа планирование в паблик рилейшнз.	1.Законодательное регулирование в сфере рекламы. 2.Медиаплан и его составляющие. 3.Инструментарий ATL и BTL в рекламе. 4.Параметры эффективности рекламы (CPT, CPR).
12. Паблик рилейшнз в сфере государственного и местного самоуправления.	1.Цели и структура пиар отделов в системе управления. 2.Особенности технологий пиар деятельности в государственном управлении. 3.Специфика формирования и продвижения имиджа государства.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 4, семестр – 8

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Возникновение и генезис предмета «Связи с общественностью».	1		2	5	9
2. Исторические модели и функции «Связи с общественностью».	1		2	5	9
3. Цели и задачи современного паблик рилейшнз.	1		2	5	9
4. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.	1		2	5	9
5. Виды паблик рилейшнз, цветной пиар.	1		2	5	9
6. Планирование пиар деятельности. Анализ ситуации, пиар-трансформация и целевые группы.	1		2	5	9
7. Значение имиджа в паблик рилейшнз и его виды.	1		2	5	9
8. Имиджмейкинг в паблик рилейшнз.	1		2	5	9
9. Средства и технологии формирования имиджа.	1		2	5	9
10. Реклама и ее роль в системе паблик рилейшнз.	1		2	5	9
11. Медиа планирование в паблик рилейшнз.	1		2	5	9
12. Паблик рилейшнз в сфере государственного и местного самоуправления.	1		2	5	9
ИТОГО ЗА КУРС	16		32	60	108

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 4, семестр – 8

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Возникновение и генезис предмета «Связи с общественностью».	1		2	8	9
2. Исторические модели и функции «Связи с общественностью».	1		2	8	9
3. Цели и задачи современного паблик рилейшнз.				8	9
4. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.				8	9
5. Виды паблик рилейшнз, цветной пиар.				8	9
6. Планирование пиар деятельности. Анализ ситуации, пиар-трансформация и целевые группы.			2	8	9
7. Значение имиджа в паблик рилейшнз и его виды.			2	8	9
8. Имиджмейкинг в паблик рилейшнз.				8	9
9. Средства и технологии формирования имиджа.				8	9
10. Реклама и ее роль в системе паблик рилейшнз.			2	8	9
11. Медиа планирование в паблик рилейшнз.			2	8	9
12. Паблик рилейшнз в сфере государственного и местного самоуправления.				8	9
ИТОГО ЗА КУРС	2		6	100	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Содержательный модуль 1. Начальный

1. Определение «связи с общественностью». Опишите сферы её деятельности.
2. Охарактеризуйте деятельность по связям с общественностью в государственных органах власти и местного самоуправления.
3. Назовите основные функции связям с общественностью в государственных органах власти и местного самоуправления.
4. Назовите задачи службы PR в коммерческой структуре.
5. В чем состоит деятельность PR-отдела в компании.
6. Задачи PR-менеджера PR-отдела компании.
7. Перечислите основные преимущества и недостатки внутреннего отдела PR.
8. Перечислите основные преимущества и недостатки использования внешних услуг PR- агентства.

Содержательный модуль 2. Углубленный

1. Обязанности PR-менеджера PR-департамента компании.
2. Какие существуют задачи у PR-отдела в коммерческой структуре.
3. Когда необходима помощь внешних специалистов из PR-агентства.
4. Перечислите основные направления деятельности специалиста подразделения по связям с общественностью в государственных органах власти и местного самоуправления.
5. Какие услуги по публичным релейшнз оказывают современные ведущие PR-агентства.
6. Составляющие PR-кампания. Опишите каждый этап PR-кампании.
7. Опишите 4-х этапный процесс планирования PR-кампании.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Электоральная социология как отрасль научного знания и учебная дисциплина;
2. Сущность выборов, их место и роль в политическом процессе;
3. Структура органов власти и выборы.
4. Историография изучения поведения избирателей;
5. Искажение истинного волеизъявления избирателей;
6. Теории «среднего уровня» в изучении поведения избирателей;
7. Количественные методы анализа итогов выборов;
8. Электоральная география и особенности поведения избирателей зарубежных стран и России.
9. Электоральные история и география, особенности поведения избирателей Украины и Донбасса;
10. Принципы избирательного законодательства России, Украины, ДНР
11. Элементы стратегии избирательной кампании;
12. Имиджевые элементы предвыборной стратегии.
13. Тактика избирательной кампании.

7.3. Образец содержания экзаменационного билета

ФГБОУ ВО «ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИЧЕСКИЙ Кафедра ПОЛИТОЛОГИИ

Программа образования	высшего	Программа бакалавриата
Направление подготовки		39.03.01 Социология
Профиль подготовки		Социология
Форма обучения		Очная, заочная
Семестр		Первый
Дисциплина		Введение в политическую теорию

Экзаменационный билет № 1

1. Задачи PR-менеджера PR-отдела компании.
2. Когда необходима помощь внешних специалистов из PR-агентства.
3. Тестовые задания

Утверждено на заседании кафедры международных отношений и внешней политики, протокол № ____ от _____ 2024 г.

Заведующий кафедрой

А.С. Бобровский

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 3

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа + контроль	30
	Индивидуально-творческое задание	10
ИТОГО		70
Зачёт		30
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся во 2-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Университетская, д. 22). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры политологии (ауд. 51 и 49).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Анастасов А.И. Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в государственных и муниципальных органах власти» А.И. Анастасов. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», <http://library.donnu.ru/>
2. Анастасов А.И. Методические рекомендации по изучению дисциплины «Связи с общественностью в государственных и муниципальных органах власти» А.И. Анастасов. – Донецк: «Норд-Пресс», 2014. – 36 с.
3. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д., Самое главное в PR-М.: Питер, 2004.-560 с.
4. Блэк Сэм. Введение в паблик рилейшнз.-Ростов н/Д.:Феникс, 1998.- 320с.

11.2. Дополнительная литература

1. Катлин Скотт М., Сентер Аллен Х., БрумГлен М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вершина, 2008, 652с.
2. Маркони Дж. PR: полное руководство.М.: Вершина,2006, 523с.
3. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика: учеб.пособие / Г. Г. Николайшвили. М.: Аспект Пресс, 2008. 182 с.
4. Яковенко А.В. Социолог в условиях вооруженного противостояния в Донбассе // Социологические исследования. 2019. № 7. С. 143-151.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)

4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).