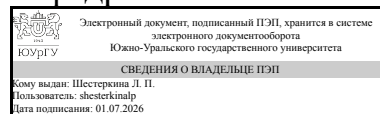


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



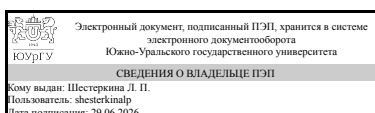
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.04 Планирование и организация коммуникационных проектов
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

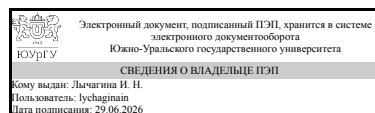
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование у студентов знаний, умений, навыков и компетенций в области планирования и организации коммуникационных проектов коммерческих, некоммерческих организаций, государственных, муниципальных учреждений.

Краткое содержание дисциплины

В процессе изучения дисциплины студенты развивают способности принимать участие в проектировании и планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-7 Способен планировать и организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает: принципы планирования и организации коммуникационных Умеет: формулировать цели и задачи проекта; Оценивать результаты проведенных мероприятий Имеет практический опыт: планирования и организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама), Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)	Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: систему, технологии и методы маркетинговых коммуникаций; основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований; методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта., типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методики использования результатов маркетинговых исследований для

	планирования проекта;основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: организовывать систему сбора информации для маркетинговых исследований, систематизировать, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования;на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта, реализовывать типовые методики и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;использовать результаты маркетинговых исследований для планирования проекта;готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;исследования внутренней и внешней среды компании;планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта, планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;проведения маркетингового исследования, разработки календарных планов;самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью;написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.
Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)	Знает: Принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью, Основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью Умеет: Разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере связей с общественностью; проводить оценку их эффективности, Использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Разработки PR-проектов на основе интегрированного подхода, продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью
Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)	Знает: Этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы, Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции

	коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации Умеет: Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности , Разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия. Имеет практический опыт: Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода , Применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75
Подготовка докладов	7,75	7.75
Разработка PR-кампании	20	20
Выполнение практического задания	6	6
Подготовка к зачету	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Управление коммуникационными проектами	12	4	8	0
2	Этапы коммуникационных проектов	24	8	16	0
3	Технологии и инструменты коммуникационных проектов	6	2	4	0
4	Стратегии кризисного коммуникативного управления	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Особенности коммуникационных проектов • Понятие коммуникационного проекта • Цели и задачи коммуникационного проекта. Основные требования к формулировке целей. Виды целей в рекламных и PR-кампаниях. • Участники коммуникационного проекта. • Структура и масштаб коммуникационного проекта. • Виды коммуникационных проектов. • Проблематизация. • Исследование объекта и предмета проекта. • Идея-концепция проекта. • Целевая аудитория. • Команда проекта.	2
2	1	Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампании • Определения и сущность рекламной и PR-кампании как разновидности коммуникационной кампании. • Роль и место рекламных и PR-кампаний в коммуникационной политике организации. Основные характеристики и признаки рекламных и PR-кампаний. • Цели, задачи, средства, субъекты, объекты и виды (типы) кампаний. • Классификация рекламных и PR-кампаний.	2
3	2	Этапы организации и проведения рекламной и PR-кампании • Цель, задачи и содержание исследовательского этапа подготовки рекламной и PR-кампании. • Значение информационного обеспечения рекламной и PR-деятельности. • Программа и методы маркетинговых исследований. • Особенности исследований в целях проведения рекламной и PR-кампаний	2
4	2	Исследовательский этап подготовки рекламной и PR-кампании • Проведение исследования в рекламных и PR-кампаниях. • Виды исследований: исследования источников, сообщений, каналов, целевых аудиторий, конкурентов, СМИ. • Методы исследований: наблюдение, интервью, фокус-группа, анализ документов, опрос. • Анализ ситуации: основные задачи. PEST-анализ. SWOT-анализ.	2
5	2	Этап планирования рекламной и PR-кампании • Значение планирования и виды планов в рекламе и связях с общественностью. Методы планирования коммуникационных кампаний. • Разработка календарного плана кампании и медиаплана. • Основные понятия и методы медиаланирования. • Медиабриф, его типы и разработка. • Разработка сметы рекламной и PR-кампании.	2
6	2	Вопросы реализации и оценка эффективности рекламной и PR-кампании • Содержание и особенности этапа реализации рекламной и PR-кампании. • Организационные аспекты проведения рекламных и PR-акций и мероприятий, их подготовка и освещение. • Понятие эффективности рекламной и PR-кампании. • Основные подходы, критерии и методы оценки эффективности рекламной и PR-кампании. • Подходы и методики оценки эффективности PR-кампании в работах российских и зарубежных специалистов.	2
7	3	Инструментальное оснащение коммуникационного проекта • Обоснование наиболее оптимальных видов и форм коммуникации с аудиторией. • Привлечение дополнительных ресурсов, необходимых для реализации целей и осуществления самого проекта. • Разработка каналов воздействия на аудиторию.	2
8	4	Методы создания и поддержания репутации в коммуникационных проектах. • Управление репутацией и кризисное коммуникативное управление • Стратегии кризисного коммуникативного управления в случае возникновения негативных ситуаций • Практические кейсы и симуляции для обучения управлению репутацией и реагированию на кризисы.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1,2	1	Роль менеджера коммуникационного проекта. Планирование коммуникаций в управлении проектами. Анализ и взаимодействие с заинтересованными сторонами.	4
3,4	1	Участники коммуникационного проекта. Характеристика инициатора, заказчика, инвестора, поставщиков и потребителей. Выгоды, получаемые каждым участником от реализации проекта.	4
5,6	2	Классификация рекламных и PR-кампаний: по предметной направленности, по масштабу, по длительности, по типу базисного субъекта, по типу технологического субъекта, по характеру целевой общественности, по функциональному типу целевой общественности, по характеру оптимизации деятельности, по избранной стратегии и характеру реализуемых операций, по типу используемой базовой модели PR, по стратегической цели, по характеру решаемой технологической задачи, по ожидаемому результату, по характеру включения кампаний в деятельность организации, по организации кампаний.	4
7,8	2	Определение проблемы или возможности. Классификация проблем. Требования к формулировке проблемы. Факторы, определяющие возможности. Коммуникационный аудит в ходе организации кампании: понятие, функции, задачи, направления.	4
9,10	2	Проведение исследования в рекламных и PR-кампаниях. Виды исследований: исследования источников, сообщений, каналов, целевых аудиторий, конкурентов, СМИ.	4
11,12	2	Понятие и типы планов в коммуникационных кампаниях. Задачи и функции планирования. Формулировка целей и разработка стратегии рекламной и PR-кампании. Основные требования к формулировке целей. Виды целей в рекламных и PR-кампаниях.	4
13,14	3	Понятие и классификация средств рекламной и PR-деятельности. Медийные и немедийные средства рекламы. Выбор носителя рекламного сообщения. Разработка рекламной идеи и рекламного сообщения; его содержание и форма. Разработка PR-обращения кампании. Использование инструментов информационного и событийного PR в кампании по связям с общественностью. Виды PR-текстов и специальных событий; их подготовка и использование в PR-кампании.	4
15,16	4	Стратегии кризисного коммуникативного управления в случае возникновения негативных ситуаций. Практические кейсы и симуляции для обучения управлению репутацией и реагированию на кризисы.	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка докладов	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П.	7	7,75

	Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.		
Разработка PR-кампании	Шарков Ф. И. Реклама и связи с общественностью : Коммуникативная и интерактивная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социал. отношений. - М.; Екатеринбург : Деловая книга: Академический проект, 2007. - 299, [1] с.	7	20
Выполнение практического задания	Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. : ил.	7	6
Подготовка к зачету	Шарков Ф. И. Реклама и связи с общественностью : Коммуникативная и интерактивная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социал. отношений. - М.; Екатеринбург : Деловая книга: Академический проект, 2007. - 299, [1] с.	7	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	КТ-1	1	5	5 (отлично) Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание материала. Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют требованиям и поставленным задачам.	зачет

					Работа характеризуется оригинальностью, практической направленностью. Оформление соответствует требованиям. 4 (хорошо) Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Продемонстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в целом соответствуют поставленным задачам и требованиям. Работа в достаточной степени самостоятельна. Оформление в основном соответствует требованиям 3 (удовлетворительно) Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Продемонстрирован низкий уровень владения материалом по теме работы. Используемые источники, методы и структура работы частично соответствуют её задачам. Уровень самостоятельности низкий. Оформление частично соответствует требованиям. 2 (неудовлетворительно) Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации). Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Используемые источники, методы и структура работы не соответствуют её задачам. Работа несамостоятельна. Оформление не соответствует требованиям.	
2	7	Текущий контроль	КТ-2	1	5 (отлично) Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание материала . Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы.	зачет

					Продemonстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Использoваны надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют требованиям и поставленным задачам. Работа характеризуется оригинальностью, практической направленностью. Оформление соответствует требованиям. 4 (хорошо) Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Продemonстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Использoваны надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в целом соответствуют поставленным задачам и требованиям. Работа в достаточной степени самостоятельна. Оформление в основном соответствует требованиям 3 (удовлетворительно) Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Продemonстрирован низкий уровень владения материалом по теме работы. Использoванные источники, методы и структура работы частично соответствуют её задачам. Уровень самостоятельности низкий. Оформление частично соответствует требованиям. 2 (неудовлетворительно) Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации). Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Использoванные источники, методы и структура работы не соответствуют её задачам. Работа несамостоятельна. Оформление не соответствует требованиям.		
3	7	Текущий	КТ-3	1	5	5 (отлично)	зачет

		контроль			Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание материала. Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют требованиям и поставленным задачам. Работа характеризуется оригинальностью, практической направленностью. Оформление соответствует требованиям. 4 (хорошо) Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Продемонстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в целом соответствуют поставленным задачам и требованиям. Работа в достаточной степени самостоятельна. Оформление в основном соответствует требованиям 3 (удовлетворительно) Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Продемонстрирован низкий уровень владения материалом по теме работы. Используемые источники, методы и структура работы частично соответствуют её задачам. Уровень самостоятельности низкий. Оформление частично соответствует требованиям. 2 (неудовлетворительно) Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации).	
--	--	----------	--	--	--	--

					Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Использованные источники, методы и структура работы не соответствуют её задачам. Работа несамостоятельна. Оформление не соответствует требованиям.	
4	7	Промежуточная аттестация	зачет	-	5 На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. 5 (отлично) Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание материала. Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы. Продemonстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют требованиям и поставленным задачам. Работа характеризуется оригинальностью, практической направленностью. Оформление соответствует требованиям. 4 (хорошо) Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Продemonстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в целом соответствуют поставленным задачам и требованиям. Работа в достаточной степени самостоятельна. Оформление в основном соответствует требованиям	зачет

					3 (удовлетворительно) Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Продemonстрирован низкий уровень владения материалом по теме работы. И использованные источники, методы и структура работы частично соответствуют её задачам. Уровень самостоятельности низкий. Оформление частично соответствует требованиям. 2 (неудовлетворительно) Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации). Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. И использованные источники, методы и структура работы не соответствуют её задачам. Работа несамостоятельна. Оформление не соответствует требованиям.	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %. Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации – зачет. Форма проведения промежуточной аттестации – зачет. До зачета по дисциплине допускается студент, у которого $0,6R_{тек} + R_б \geq 40$ и все контрольные точки зачтены. Максимальный балл за зачет – 40 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Зачет проводится в виде теста (40 вопросов). Максимальное количество баллов – 40. На подготовку отводится 45 мин. Критерии оценивания теста: проходной балл - 24 . Преподаватель имеет право провести собеседование со студентом с целью более точного определения баллов за каждое задание. По результатам	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	проверки теста и после подсчета суммы баллов, рассчитывается величина рейтинга обучающегося по дисциплине как процент набранных на зачете баллов данным студентом от максимально возможных баллов за зачет(40). Рейтинг по дисциплине равен сумме рейтинга по текущему контролю, рейтинга по промежуточной аттестации.	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
ПК-7	Знает: принципы планирования и организации коммуникационных	+		++	
ПК-7	Умеет: формулировать цели и задачи проекта; Оценивать результаты проведенных мероприятий	+	+	++	+
ПК-7	Имеет практический опыт: планирования и организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью		+	++	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. : ил.

б) дополнительная литература:

1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.
2. Музыкант В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы : учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм.. - М. : Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Пресс-служба : всерос. специализир. журн.: 16+ / Издат. дом "Имидж-Медиа". - М., 2011-2016. -
2. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>
3. Маркетинговые коммуникации : 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2002-. -. URL: <http://www.grebennikoff.ru/product/1/>

4. Реклама. Теория и практика : ежекв. журн.: 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2006-2016. -

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Зачет	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.

Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.