

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Университетский колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.11 СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Составитель(и): Преподаватель высшей В.В. Хорунжая
квалификационной категории

Проректор по
образовательной
деятельности

А. С. Кривоногова

Екатеринбург
2024

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины «Связь с общественностью» является частью ППССЗ по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Связь с общественностью» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла.

1.3. Цель, задачи изучения дисциплины, требования к результатам освоения

Целью изучения дисциплины является освоение фундаментальных основ теории и практики связей с общественностью как самостоятельной функции управления в современном обществе.

Достижение этой цели предполагает решение в процессе обучения ряда **задач**:

- формирование целостной системы представлений о направлениях, стратегиях и приемах деятельности специалистов по связям с общественностью в области организации и ведения PR-кампаний и PR-акций;
- освоение принципов выделения и сегментирования целевой аудитории, исследования ее структуры и запросов, формирования у нее спроса на услуги, и создания имиджа, соответствующего потребностям рынка;
- развитие навыков коммуникации;
- отработка процедурных технологий PR по управлению информацией (составление пресс-релизов) и принятию коллективных решений.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату;

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров;

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации;

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений;

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации;

ПК 3.7. Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные;

ПК 3.8. Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, общественными организациями и бизнесом;

- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации коммерческой деятельности, возможности и ограничения их применения.

Уметь:

- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;

- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

Владеть:

- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	67
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	45
в том числе:	
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
в том числе: в неаудиторная работа	22
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		объем часов
Тема 1: Информационно-библиотечная компетентность	Содержание учебного материала		
	1	Основные источники информации по дисциплине. Ознакомление с рабочей учебной программой по дисциплине. Ознакомление с базовыми учебниками по дисциплине. Ознакомление с периодическими изданиями, интернет-источниками. Разъяснение требований к выполнению заданий.	3
Тема 2: Сущность и содержание связей с общественностью	Содержание учебного материала		
	2	История появления и развития связей с общественностью. Место связей с общественностью в повседневной жизни. Определение понятия связей с общественностью. Принципы и функции связей с общественностью. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля).	3
	3	Требования к личным качествам специалистов по связям с общественностью. Субординация и организационные схемы подразделений связей с общественностью. Консультативная фирма связей с общественностью. Интеграция функций подразделений и консультационных фирм связей с общественностью.	3
	Самостоятельная работа: 1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «связи с общественностью» и «паблик рилейшнз» и сравните их по объему и специфичности. 2. Определите принципы и функции связей с общественностью. 3. Произведите различение связи с общественностью и близкой к ним деятельности (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля). 4. Выпишите и прокомментируйте требования к личным качествам специалистов по связям с общественностью.		4
Тема 3: Общественность в сфере паблик рилейшнз	Содержание учебного материала		
	4	Понятие общественности. Ситуативный подход в определении целевых групп общественности. Способы определения целевых групп общественности. Ключевые категории общественности. Приоритетные группы общественности.	3
	5	Практическое занятие № 1: Семинар по вопросам: 1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «общественность» и сравните их по объему и специфичности. 2. Определите специфику ситуативного подхода в определении целевых групп общественности. 3. Опишите суть психографического подхода в определении целевых групп общественности. 4. Назовите способы определения целевых групп общественности. 5. Приведите примеры классификаций целевых групп общественности. 6. Опишите методику определения приоритетных групп	2

		общественности.	
	Самостоятельная работа: повторение содержания темы		3
Тема 4: Общественное мнение в сфере публичных отношений	Содержание учебного материала		
	6	Понятие «общественное мнение». Установки и стереотипы в общественном мнении. Ориентация и коориентация в формировании общественного мнения. Влияние на установки. Причины и мотивы изменения установок. Вопросы этики публичных отношений. Типы исследования общественного мнения.	3
	7	Практическое занятие № 2: Семинар по вопросам: 1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «общественное мнение» и сравните их по объему и специфичности. 2. Подберите примеры создания и функционирования установок и стереотипов в общественном мнении. 3. Опишите способы влияния на установки в общественном мнении. 4. Проанализируйте причины и мотивы изменения установок и стереотипов в общественном мнении. 5. Расскажите об этическом кодексе PR-менеджеров. 6. Расскажите о способах исследования общественного мнения. 7. Дайте определение ориентации и коориентации в общественном мнении. Приведите примеры.	2
	Самостоятельная работа: повторение содержания темы		2
Тема 5: Коммуникация в сфере связей с общественностью	Содержание учебного материала		
	8	Способы борьбы за внимание общественности. Процесс коммуникации и его элементы: отправитель (источник) и получатель (адресат) сообщения. Кодирование и декодирование сообщений.	3
	9	Пресс-релиз как средство связи с общественностью. Структура пресс-релиза. Виды пресс-релизов (анонс, новость, информационный лист). Требования к содержанию и стилистике пресс-релизов.	3
	10	Практическое занятие № 3: Семинар по вопросам: 1. Опишите способы борьбы за внимание общественности в СМИ. 2. Проанализируйте различия между непосредственным общением и коммуникацией в СМИ. 3. Опишите структуру процесса коммуникации. 4. Расскажите о том, что понимается под «сообщением» в различных коммуникативных ситуациях. 5. Расскажите о способах кодирования сообщений и проблемой декодирования сообщений.	2
	Самостоятельная работа: Изготовьте 3 пресс-релиза (анонс, новость, информационный лист.		3
Тема 6:	Содержание учебного материала		

Формирование имиджа в Public Relations	11	Понятие и типология имиджа. Имиджмейкинг в системе Public Relations. Объекты формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Передача сообщения при помощи имиджа. Психология формирования имиджа. Имидж индивида, предприятия, организации. Специфика функционирования PR-имиджа (фигурирование, позиционирование, репутация). PR-реклама.	3
	12	Практическое занятие № 4: Семинар по вопросам: 1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «имидж» и сравните их по объему и специфичности. 2. Расскажите об имиджмейкинге в паблик рилейшнз. 3. Опишите методы формирования имиджа. 4. Проанализируйте возможности передачи сообщений при помощи имиджа. 5. Опишите психологические аспекты формирования имиджа. 6. Расскажите о типах PR-имиджей: имидж индивида, предприятия, организации. 7. Проанализируйте специфику функционирования PR-имиджа (фигурирование, позиционирование, репутация). 8. Перечислите ситуации, когда требуется PR-реклама имиджа.	2
	Самостоятельная работа: повторение содержания темы		3
Тема 7: Управление процессом связями с общественностью	Содержание учебного материала		
	13	Теория управления паблик рилейшнз. Составляющие процесса управления. Первый этап: определение проблемы в сфере паблик рилейшнз. Формулировка проблемы. Способы изучения и анализа ситуации текущих ситуаций.	3
	14	Второй этап: планирование и программирование. Способы стратегического планирования. Заявление о миссии. Целевое планирование. Создание PR-программы. Третий этап: действия и коммуникация. Деятельная составляющая реализации программы. Коммуникационная составляющая реализации программы. Составление сообщения (пресс-релиза). Надежность источников информации. Использование неконтролируемых и контролируемых средств коммуникации. Принцип эффективной коммуникации.	2
	15	Четвертый этап: оценка программы. Составляющие процесса оценочного исследования. Подготовка критериев оценки PR-программы. Оценка хода реализации PR-программы. Оценка результатов выполнения PR-программы. Интерпретация результатов оценки PR-программы.	2
	16	Практическое занятие № 5: Семинар по вопросам: 1. Расскажите о составляющих процесса управления связями с общественностью. 2. Расскажите о способах определения проблем в сфере паблик рилейшнз и их формулировании. 3. Приведите примеры формулирования PR-проблем и способов их изучения и анализа. 4. Расскажите о способах стратегического планирования и этапах создания PR-программы. 5. Проанализируйте деятельную составляющую реализации программы. 6. Расскажите о специфике коммуникационной составляющей реализации PR-программы. 7. Составьте 3 различных сообщения на одну тему: пресс-релиз	2

		<p>анонс, пресс-релиз новость и пресс-релиз сообщение о продолжающемся событии.</p> <p>8. Проанализируйте практику использования неконтролируемых и контролируемых средств коммуникации.</p> <p>9. Перечислите основные составляющие процесса оценочного исследования.</p> <p>10. Расскажите о способах формулирования критериев оценки PR-программы.</p> <p>11. Какие существуют способы оценки хода реализации PR-программы и результатов ее выполнения.</p>	
		Самостоятельная работа: Проанализируйте PR-программы (по вашему выбору), по схеме: формулировка проблемы, выделение целевой аудитории, составление сметы, планирование распределения сроков исполнения и обязанностей участников.	4
Тема 8: Паблик рилейшнз о кризисных ситуациях	Содержание учебного материала		
	17-18	Кризисы. Типология кризисов. Планирование и управление проблемами как способ предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о рисках. Управление в условиях кризиса. Модель антикризисного управления. Коммуникация в кризисных ситуациях. Борьба со слухами. Информационные и психологические войны.	4
		Самостоятельная работа: повторение содержания темы	3
Тема 9: Итоговое занятие	Содержание учебного материала		
	19	Итоговое занятие: дифференцированный зачет	
ВСЕГО:			67

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

Учебные столы и стулья (48 посадочных мест), учебная магнитно-меловая доска, методические пособия для обучающихся

Технические средства обучения:

компьютер, мультимедийный проектор, презентации в виде дайджест-лекций, доступ к интернету и справочно-правовым системам (консультант), программы расчета показателей для практических работ с помощью таблиц Excel.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная учебная литература:

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/95335.html>

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие / О. В. Литвиненко. — Новосибирск : Сибирский

государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. — 112 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/125272.html>

3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум / А. Г. Милюкова. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-4487-0723-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/96768.html>

Дополнительная учебная литература:

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник для СПО / А. В. Кульназарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 143 с. — ISBN 978-5-4488-1602-4, 978-5-4497-2068-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128353.html>

2. Рудыка, Н. А. Реклама и связи с общественностью в транспортной отрасли: организационная структура и технологии : учебное пособие / Н. А. Рудыка. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2019. — 108 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/115986.html>

3. Исследование общественного мнения : практикум для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) / составители Е. В. Воеводина. — Москва : Прометей, 2020. — 60 с. — ISBN 978-5-907244-27-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125609.html>

Интернет-ресурсы

Официальный сайт Правительства Российской Федерации – <http://www.government.ru/>

Официальный сайт Министерства регионального развития Российской Федерации. – <http://www.minregion.ru/>

Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации – <http://www.economy.gov.ru/minec/main>

Официальный сайт Института экономической политики им. Е. Т. Гайдара. – <http://www.iep.ru/>

Официальный сайт компании «Консультант Плюс» (нормативно-правовые базы данных) – <http://www.consultant.ru/>

Прогнозирование и планирование трудовых ресурсов: www.mangor.ru

Форум о прогнозировании и планировании: www.webways.ru/analytics/way

www.dic.academic.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Компетенции	Результаты обучения	Формы и методы контроля
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату;</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров;</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации;</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений;</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации;</p> <p>ПК 3.7. Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные;</p> <p>ПК 3.8. Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; - объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, общественными организациями и бизнесом; - способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации коммерческой деятельности, возможности и ограничения их применения. 	<p>Проверка выполнения практической работы на соответствие расчетов экономических показателей исходным данным</p> <p>Проверка выполнения самостоятельной работы в соответствии с индивидуальным заданием</p> <p>Оценка полноты содержания выступления на семинарах</p>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки и реализации PR-проектов и программ. 	