

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 17.06.2026 17:25:42
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dc51ab5cab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR и связи с общественностью

Направление подготовки	39.03.01 Социология	
Направленность (профиль)	Аналитика и консалтинг	
Год начала обучения	2026	
Форма обучения	Очная	Заочная
Реализуется в семестре	7	7

Разработано
Доцент кафедры социологии и социальных инноваций
Паслер О.В.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины является формирование набора компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 39.03.01 Социология.

Задачи освоения дисциплины:

- усвоение современных представлений о теоретических основах и процедурных технологиях PR-деятельности;
- познакомить с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить российскую специфику;
- выработать навыки исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для решения коммуникативных проблем организации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «PR и связи с общественностью» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений по профилю «Аналитика и консалтинг». Ее освоение происходит в 7 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1 Способен к подготовке и планированию проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования	ИД-1 ПК-1 Описывает проблемную ситуацию в социально-экономической сфере жизни общества	Владея знаниями в области проектной деятельности, характеризует проблемную ситуацию в сфере PR и связей с общественностью, разрабатывает методологическую и методическую части программы социологического исследования
	ИД-2 ПК-1 Разрабатывает методологическую и методическую части программы социологического исследования	согласовывает проектную документацию в процессе взаимодействия с заказчиком исследования
	ИД-3 ПК-1 Согласовывает проектную документацию в процессе взаимодействия с заказчиком исследования	Применяя умения и навыки использования программного обеспечения для создания баз данных, статистической обработки данных, анализа социологических данных, разрабатывает программы социологического исследования
	ИД-5 ПК-1 Применяя умения и навыки использования программного обеспечения для создания баз данных, статистической обработки данных, анализа социологических данных, разрабатывает программы социологического исследования	Работает со вторичными источниками (результатами социологических опросов, статистическими данными) для реализации целей социологического исследования PR и связи с общественностью
	ИД-6 ПК-1 Работает со вторичными источниками (результатами социологических опросов, статистическими данными) для реализации целей социологического исследования PR и связи с общественностью	Применяя навыки проведения прикладного социологического исследования, анализирует
ПК-4 Способен разрабатывать дизайн и стратегию	ИД-1 ПК-4 Анализирует информацию о рынке в соответствии с целями и задачами	

прикладного социологического исследования с учетом специфики исследования рынков	социологического исследования	информацию о рынке в и о поведении участников потребительского рынка в соответствии с целями и задачами социологического исследования
	ИД-2 ПК-4 Анализирует поведение участников потребительского рынка	
	ИД-3 ПК-4 Используя знания и навыки разработки дизайна и стратегии прикладного социологического исследования, разрабатывает техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для анализа рынков	Используя знания и навыки разработки дизайна и стратегии прикладного социологического исследования, разрабатывает техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для анализа рынков
	ИД-4 ПК-4 Применяет методы прикладного маркетингового исследования	Используя знания и навыки прикладных исследований рынка, применяет методы прикладного маркетингового исследования, работает со специализированными программами и базами данных по анализу рыночной ситуации
	ИД-5 ПК-4 Работает со специализированными программами и базами данных по анализу рыночной ситуации	

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 академ. ч.	ОФО, в академ. часах	ЗФО, в академ. часах
Контактная работа:	90	16
Лекции/из них практическая подготовка	36/0	6/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	54/4	10/4
Самостоятельная работа	54	128
Формы контроля		
Экзамен	-	-
Зачет	-	-
Зачет с оценкой (7 семестр)	+	+
Курсовая работа	нет	нет

*Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма				Заочная форма				Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Тема 1. Связи с общественностью как отрасль знания Связи с общественностью и их место в современном мире. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса; роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике; основные профессиональные термины и понятия, принципы, классификация услуг, функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту. История возникновения и развития связей с общественностью. Опыт США. Связи с общественностью в Европе. История связей с общественностью в России.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2	2	2		4	Собеседование, тесты

2	Тема 2. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Организация как система. Системный подход применительно к социальной реальности. Функции PR. Уровни PR-деятельности (оперативный, концептуальный, PR-менеджмент). Общественность в PR-деятельности. Предмет связей с общественностью. Основные сферы применения PR. Виды специализированных PR.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2	2	2		4	Собеседование, тесты
3	Тема 3. PR и другие виды коммуникационных технологий. PR и близкая к ним деятельность Связи с общественностью и пропаганда. PR, маркетинг, реклама – соотношение понятий. Последовательность воздействия информации - модель AIDA. Интегрированные маркетинговые коммуникации и PR. Брендинг и PR. Бренд: его элементы, технология создания.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2	2	2		4	Собеседование, тесты
4	Тема 4. Правовые и этические основы связей с общественностью Зарубежный опыт правового регулирования PR. Информационная политика РФ: проблемы и тенденции развития. Российское законодательство и связи с общественностью. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR. Кодексы этических	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				4	Собеседование, тесты

	принципов связей с общественностью.										
5	Тема 5. Общественность и общественное мнение Толпа - масса – общественность. Классификация групп целевой общественности Понятие общественного мнения и характеристика его специфических особенностей. Управление общественным мнением в связях с общественностью.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2/2		2		2/2		4	Собеседование, тесты
6	Тема 6. Планирование и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью Определение миссии организации. Программирование деятельности. Принципы выделения и описания целевых аудиторий. Выбор средств взаимодействия. Оценка эффективности связей с общественностью.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				4	Собеседование, тесты
7	Тема 7. Организационные формы связей с общественностью Основные организационные структуры; служба (отдел) PR в организации: цель, задачи, функции, основные направления деятельности. Специфика деятельности PR-служб в государственных предприятиях (организациях) и коммерческих структурах и их характеристика. Типовое агентство: цель, задачи, выполняемые функции, сферы деятельности.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				4	Собеседование, тесты
8	Тема 8. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Система работы с	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1;	2	2		2				5	Собеседование, тесты

	журналистами Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью, общие принципы взаимодействия организации со СМИ. Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ. Выбор СМИ в деятельности по связям с общественностью. Организационные формы взаимодействия государственных, общественных и бизнес-структур со СМИ. СМИ как медиа-политическая система: понятие и характеристика уровней. Медиа-планирование: понятие и характеристика, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиадосье.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4									
9	Тема 9. Управление информацией и конструирование новостей Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор». Механизмы управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала. Слухи, их особенности и факторы распространения.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				5	Собеседование, тесты
10	Тема 10. Работа пресс-службы и пресс-секретаря Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relation). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. PR	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				5	Собеседование, тесты

	в органах государственной власти: понятие, специфика деятельности. PR-подразделения в крупных государственных структурах: Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента по связям с общественностью и др. Связи с общественностью на региональном и местном уровнях. Информационный пакет для прессы. Правила проведения пресс-конференции.										
11	Тема 11. Формы подачи новостных материалов Понятие PR-информации и PR-текста, признаки PR-текстов. Источники и объект PR-текста. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке. Типология PR-текстов и их характеристика. Речи, их написание и произнесение. Формирование зрительных и звуковых образов (выступления на радио и телевидение). Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность. Виды документов: информационные, имиджевые, корпоративные, реклама, презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись фирмы, биография руководства, слайдовый видеофильм. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом; корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени и другие формы.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2				5	Собеседование, тесты

12	Тема 12. PR-кампания: методология и технология PR-кампания: определение, составляющие понятия (PR-операция, базисный субъект, технологический субъект, объект PR-кампании). Понятие PR-кампании в организационном, коммуникативном, технологическом ракурсах. Соотношение понятий «PR-кампания» и социально-коммуникативная кампания, «PR-кампания» и «PR-деятельность». Основные характеристики и типология PR-кампаний. Этапы подготовки и проведения PR-кампаний: исследование (аналитический), планирование, реализация программы, оценка эффективности.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты
13	Тема 13. Управление имиджем Имидж: понятие и характеристика, соотношение имиджа и репутации. Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Типология имиджа. Корпоративный имидж: понятие, структура. Корпоративный имидж и корпоративная репутация: соотношение понятий. Конструирование корпоративного имиджа – модель корпоративного имиджа А.Н. Чумикова. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Основные направления информирования общественности о деятельности компании. Инструментарий имиджмейкера: приемы и инструменты.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты

14	Тема 14. Интернет в деятельности по связям с общественностью Интернет-коммуникации: особенности, свойства и характеристика. Перспективы использования PR в Интернете. Элементы проведения PR-кампаний в Интернет: основные задачи, эффективно решаемые PR-кампаниями в сети Интернет; преимущества и трудности PR-кампаний в Интернете; основные элементы (мероприятия) проведения PR-кампаний в сети Интернет. Модели Интернет-присутствия: веб-сайт, корпоративный сайт, корпоративный сайт с элементами портала, Интернет-портал, тематический сервер.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты
15	Тема 15. Защита информации при осуществлении связей с общественностью Основные виды информации, защищаемой при организации связей с общественностью. Защита государственной тайны при организации связей с общественностью. Общая характеристика системы защиты конфиденциальной информации на предприятии. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2			5	Собеседование, тесты
16	Тема 16. Реклама в системе связей с общественностью Сущность и основные цели рекламы. Характеристика основных видов рекламы в зависимости от целей ее использования. Характеристика	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2/2		2		2/2	5	Собеседование, тесты

	основных видов рекламы в зависимости от ее конкретных задач. Характеристика основных видов рекламы в зависимости от способов ее воздействия, формы выражения и легитимности. Характеристика основных видов рекламы в зависимости от целей маркетинговой политики, характера рекламной кампании и других признаков. Основные средства распространения рекламы. Особенности использования некоторых средств распространения рекламы. Характерные черты распространения рекламы с помощью электронных средств массовой информации. Характерные черты распространения рекламы с помощью печатных средств массовой информации. Характерные черты дополнительных средств распространения рекламы.										
17	Тема 17. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. Оценка эффективности проведения рекламной кампании. Общие требования к рекламе, установленные российским законодательством. Социальная реклама и спонсорство в системе связей с общественностью. Саморегулирование и государственный контроль в области рекламы.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2				5	Собеседование, тесты
18	Тема 18. Антикризисные PR-коммуникации. Управление PR-действиями в кризисных ситуациях	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1;	2	2		2				5	Собеседование, тесты

	Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис. Причины возникновения кризисов и их классификация. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов. Основные характеристики PR-деятельности в условиях подготовки к кризисам и во время его развития. Цели кризисного менеджмента (прогнозирование и быстрое прекращение или минимизация последствий кризиса, ограничение ущерба, восстановление доверия к организации). Коммуникационная стратегия управления кризисом: обнародование заявления о событии, предоставление информации о развитии и преодолении кризиса (достоверность и полнота информации, последовательность и своевременность медиа-акций, целостность и адекватность информационной политики). Типичные ошибки, совершаемые в процессе PR-деятельности во время кризиса. Рекомендации специалистов по успешному преодолению кризиса.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4									
19	Тема 19. Конфликты, их виды и способы разрешения службами связей с общественностью Сущность и особенности конфликтов. Стадии конфликтов. Способы разрешения службами связей с общественностью. Основные правила поведения специалистов по связям с	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2				5	Собеседование, тесты

	общественностью в конфликтных ситуациях.									
20	Тема 20. Связи с общественностью в политике PR в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений: сбор средств и их распределение, определение предвыборной стратегии кандидата, определение средств доведения до избирателей необходимой информации. Формирование имиджа политика: оценка личностных качеств кандидата, формирование информационных поводов относительно политического лидера, этапы формирования имиджа политика.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты
21	Тема 21. Политические PR-технологии Этапы развития политических PR-технологий. Развитие политических PR-технологий в России: основные этапы и их характеристика. Современные избирательные PR-технологии. Использование «черных» PR-технологий в избирательных кампаниях.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2			5	Собеседование, тесты
22	Тема 22. Организация выборов кампаний Цели службы по связям с общественностью в выборах кампаниях. Правовое обеспечение выборов. Порядок организации работы. Исследование округа. Выдвижение и регистрация кандидатов в депутаты. Организация рекламной кампании. Правила предвыборной агитации. Создание штаба. Правила общения с избирателями. Программа кандидата в	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты

	депутаты. Финансирование выборов.									
23	Тема 23. Связи с общественностью в сфере бизнеса Понятие экономических PR-кампаний, особенности их проведения. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты. Репутационный менеджмент. Раскрытие информации о кампании. Акценты в работе с финансовой (инвестиционной) информацией. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие материалы. Инвестиции в «самое лучшее». Инвестиционная привлекательность компании и региона	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4	2	2		2			5	Собеседование, тесты
24	Тема 24. Бизнес PR-технологии Репутационный капитал PR. Фирменный дизайн ПР как средство деловой коммуникации. Фирменные PR-акции	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2			5	Собеседование, тесты
25	Тема 25. Отношения с потребителями в системе связей с общественностью Роль и место отношений с потребителями в системе связей с общественностью. Презентационная работа с потребителями при осуществлении связей с общественностью. Правовое регулирование отношений с потребителями.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2			5	Собеседование, тесты
26	Тема 26. Социальные PR-технологии и благотворительность Понятие и особенности социальных ПР-технологий. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2			5	Собеседование, тесты

	Долгосрочные социальные программы Социальный PR в сфере культуры. Целесообразность благотворительной деятельности. Виды благотворительности. Организация благотворительной деятельности. Благотворительная деятельность российских корпораций.										
27	Тема 27. Исследования в связях с общественностью Социологические исследования в связях с общественностью. Маркетинговые исследования в связях с общественностью. Особенности подготовки и проведения рекламной кампании. Цифровые инструменты анализа исследований в связях с общественностью.	ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-5, ИД-6 ПК-1; ИД-1, ИД-2, ИД-3, ИД-4, ИД-5 ПК-4		2		2				5	Собеседование, тесты
	ИТОГО за 7 семестр		36/0	54/4		54	6/0	10/4		128	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «PR и связи с общественностью» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины «PR и связи с общественностью».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений дисциплины (модуля) и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник / А.А. Марков. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 190 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – www.dx.doi.org/10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819448>.

2. Введение в рекламу и связи с общественностью: учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова, В. В. Зеленов, В. В. Галстян ; под ред. Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2026. – 248 с. –URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718068>

3. Москалев С.М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / С.М. Москалев, Т.Г. Виноградова, Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021. - 163 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1902046>.

4. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления: учебное пособие: [16+] / под ред. А.Б. Конобеевой, Н.Ф. Мельниченко, О. В.

Марковой. – Москва: Директ-Медиа, 2024. – 264 с.– URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714548>.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 173 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-06706-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/441947>.

2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. Пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 224 с. – ISBN 978-5-7567-0896-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039446>.

3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. – 4-е изд. – М.: ИЦ РИОР, 2018. – 192 с.: – (Карманное учебное пособие). – ISBN 978-5-369-00534-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>.

4. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие / С.А. Варакута. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 207 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-003443-0. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «PR и связи с общественностью» для студентов очной и заочной формы обучения направления подготовки 39.03.01 Социология [Электронный ресурс]. – Ставрополь, 2026.

3. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «PR и связи с общественностью» для студентов очной и заочной формы обучения направления подготовки 39.03.01 Социология [Электронный ресурс]. – Ставрополь, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения / [Электрон. ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp>.

2. Журнал социологии и социальной антропологии / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc.ru/publications/jssa>.

3. Фонд общественное мнение (ФОМ) / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fom.ru/>

4. Журнал «Социологические исследования» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>.

5. Научная электронная библиотека E-Library / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» / [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

Информационно-справочные системы:

1	Консорциум сетевых электронных библиотек ЭБС «Лань» – Режим доступа: e.lanbook.com.
2	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – Режим доступа: biblioclub.ru.
3	Электронная библиотечная система «РУКОНТ» – Режим доступа: rucont.ru.
4	Электронно-библиотечная система «ZNANIUM» – Режим доступа: znanium.ru.
5	Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – Режим доступа: https://www.studentlibrary.ru/
6	Электронно-библиотечная система IPR SMART – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/
Информационно-правовые системы:	
1	Законодательство России – Режим доступа: pravo.gov.ru/ips.
2	КонсультантПлюс – Режим доступа: consultant.ru.
3	Гарант – Режим доступа: garant.ru.
4	Закон.ру – Режим доступа: zakon.ru.
Программное обеспечение:	
1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк, Microsoft Teams), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.