

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«Теория и практика связей с общественностью
(Организация PR-мероприятий)»**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП



Программа учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Организация PR-мероприятий)» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

ст. препод.

О.А. Капсамун

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Курс «Теория и практика связей с общественностью (Организация PR-мероприятий)» является дисциплиной базовой части профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики. Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Технологии PR в сфере государственного управления». Является основой для изучения таких дисциплин как: «PR-практикум».

1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	3 содержательных модуля, 14 тем	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Профессиональный блок, базовая часть	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, экзамен	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	3	3
Семестр	6	6
Количество часов	144	144
- лекционных	30	6
- практических, семинарских	30	6
- лабораторных		
- самостоятельной работы	84	132
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,		
в т.ч. аудиторных	4	

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Цель: получение студентами знаний и навыков в области организационной деятельности в рамках различных PR-мероприятий. Понимания уместности тех или иных видов мероприятий, умений подбирать максимально эффективные способы взаимодействия с контактной аудиторией.

Задачи:

- дать представление о сущности, структуре и функциях профессиональной PR-

деятельности в области организации различных мероприятий;

- дать представление об основных техниках и технологиях проведения PR-мероприятий;
- научить самостоятельно конструировать и разрабатывать эффективные PR-технологии, применяемые при организации различных мероприятий.
- сформировать у студентов представление о комплексном подходе к решению профессиональных задач при подготовке PR-мероприятий.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Организация PR-мероприятий)» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

а) общекультурных (ОК):

- владеть культурой мышления, обладать способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- быть готовым к взаимодействию с коллегами, к работе в коллективе (ОК-7);
- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-13);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-4);
- понимать социальную роль и общественную миссию журналистики и журналиста в обществе, функции и принципы СМИ в контексте социальных потребностей, исторический и социальный опыт отечественных и зарубежных СМИ (ОПК-7);
- понимать значение этических ориентиров и регуляторов журналистской деятельности, знать основные документы по профессиональной этике (ОПК-13);

в) профессиональных (ПК):

- собирать необходимую информацию (работать с источниками информации, применять разные методы), осуществлять ее проверку, селекцию и анализ (ПК-2);
- осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, PR- и рекламных агентств, аудитории (ПК-5);
- участвовать в организации работы различных подразделений СМИ, творческих коллективов (ПК-10);
- привлекать к сотрудничеству со СМИ представителей различных сегментов общества (слоев и групп населения, экспертов, работников государственных и общественных организаций) для обеспечения баланса интересов и мнений в контенте СМИ (ПК-12);

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

основные методы и принципы построения PR-мероприятия; принципы планирования и программирования PR-кампаний.

уметь:

использовать полученные знания и навыки при создании различных PR-мероприятий; разрабатывать базовые модели PR-кампаний; анализировать социально-культурную ситуацию и выделять отдельные ее составляющие. Применять игровые методы в продвижении проектов, направленных на создание эффективного события.

владеть:

навыками PR-менеджера, способного управлять PR-проектами; техникой

социологических исследований и медиа–мониторинга; навыками бюджетирования, организации и обеспечения распространения информации любого PR-проекта или мероприятия.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1. Подготовка PR-мероприятий</i>	
Тема 1. Вводная. Основные причины, создающие потребность PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности общества	Предпосылки создания различных PR-мероприятий. Методы исследования необходимости проведения PR –активностей. Основные виды PR –мероприятий. Классификация кампаний по масштабам и географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности.
Тема 2. Основные этапы разработки и реализации PR-мероприятия.	Изучение потребностей. Формирование идеи. Создание эффективного плана на основе SWOT-анализа. Подбор средств коммуникаций. Бюджетирование. Отчетность. Оценка эффективности.
Тема 3. Особенности подбора локации для проведения событий	Основные принципы подбора места проведения того или иного мероприятия. Работа с партнерами - субподрядными агентствами (звук, свет, хостес и пр.)
Тема 4. Печатная и сувенирная продукция, предназначенная для проведения PR-мероприятий	Виды печатной продукции. Виды сувенирной продукции. Способы визуального оформления PR- мероприятий.
Тема 5: Основные принципы визуализации PR-мероприятий	Внешнее оформление локации проведения PR-мероприятий. Отличительные особенности наружного оформления мероприятий согласно тематической направленности.
Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 2. Проведение PR-мероприятий</i>	
Тема 6. Информационные материалы, распространяемые на PR-	Пресс-кит. Основы написания пресс-релиза, шорт-листа, информационной справки, цитатника. Подготовка и использование на PR- мероприятиях брошюр, буклетов, листовок.

мероприятиях	
Тема 7. Основы спичрайтинга.	Приемы написания текстов для публичных выступлений. Использование статистических данных, цитат и афоризмов. Предварительные заготовки ответов на предполагаемые вопросы.
Тема 8. Суть мероприятия короткой строкой: лозунги, девизы, слоганы.	Искусство составления короткого сообщения, в котором отражается суть PR-мероприятия. Использование ключевых слов и эхо-фраз.
Содержательный модуль 3. Оценка проведенного мероприятия	
Тема 9. Создание эффективного медиа-плана.	Медиа-план – как основа успеха PR-мероприятия. Подбор СМИ. Определение рейтингов. Соотношение подобранных СМИ с целевыми аудиториями.
Тема 10. Мониторинг СМИ. Анализ резонанса проведенного мероприятия	Формы и методы мониторинга СМИ. Анализ публикаций. Градация публикаций на позитивные, негативные, нейтральные. Методы увеличения количества позитивных и нейтральных материалов в СМИ.
Тема 11. Альтернативные источники каналов коммуникаций	Работа в социальных сетях по оповещению целевой аудитории и по распространению основных сообщений PR-мероприятия. Наружная реклама. «Сарафанное радио».
Тема 12. Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	Виды рисков. Стратегическое планирование предупреждения рисков. Специфика управления рисками на подготовительном этапе проведения PR-мероприятия
Тема 13. Особенности Работы с партнерами проекта	Виды партнерской деятельности. Договорные отношения. Степень ответственности партнеров. Возможность использования альтернативных контактов, заменяющих или дополняющих услуги партнеров
Тема 14. Особенности работы со спонсорами	Виды спонсорства. Разработка спонсорских пакетов. Управление рисками при работе со спонсорами.

Содержательный модуль 1. Подготовка PR-мероприятий											
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов										
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения				
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 1. Вводная. Основные причины, создающие потребность PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности общества	12	3	3		6		10	2			8
Тема 2. Основные этапы разработки и реализации PR-мероприятия.	10	2	2		6		12		2		10
Тема 3. Особенности подбора локации для проведения событий	10	2	2		6		8				8
Тема 4. Печатная и сувенирная продукция, предназначенная для проведения PR-мероприятий	10	2	2		6		10				10
Тема 5. Основные принципы визуализации PR-мероприятий	10	2	2		6		10				10
Итого по содержательному модулю 1	52	11	11		30		50	2	2		46
Содержательный модуль 2. Проведение PR-мероприятий											
Тема 6. Информационные материалы, распространяемые на PR-мероприятиях	10	2	2		6		10	2			8
Тема 7. Основы спичрайтинга.	10	2	2		6		12		2		10
Тема 8. Суть мероприятия короткой строкой: лозунги, девизы, слоганы.	10	2	2		6		8				8
Итого по содержательному модулю 2	30	6	6		18	30	2	2			26

Содержательный модуль 3. Оценка проведенного PR-мероприятий											
Тема 9. Создание эффективного медиа-плана.	10	2	2		6					10	
Тема 10. Мониторинг СМИ. Анализ резонанса проведенного мероприятия	10	2	2		6		2			10	
Тема 11. Альтернативные источники каналов коммуникаций	10	2	2		6					10	
Тема 12. Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	12	3	3		6		2			10	
Тема 13. Особенности Работы с партнерами проекта	10	2	2		6					10	
Тема 14. Особенности работы со спонсорами	10	2	2		6					10	
Итого по содержательному модулю 3	62	13	13		36	64	2	2		60	
Итого	144	30	30		84		6	6	144	132	

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	PR-кампании как способ удовлетворения потребительских ожиданий	3
2	Основные этапы разработки и реализации PR-мероприятия.	2
3	Особенности подбора локации для проведения событий	2
4	Печатная и сувенирная продукция, предназначенная для проведения PR-мероприятий	2
5	Основные принципы визуализации PR-мероприятий	2
6	Информационные материалы, распространяемые на PR-мероприятиях	2
7	Основы спичрайтинга	2
8	Суть мероприятия короткой строкой: лозунги, девизы, слоганы.	2

9	Создание эффективного медиа-плана.	2
10	Мониторинг СМИ. Анализ резонанса проведенного мероприятия	2
11	Альтернативные источники каналов коммуникаций	2
12	Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	3
13	Особенности Работы с партнерами проекта	2
14	Особенности работы со спонсорами	2
	ВСЕГО	30

Темы практических занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	PR-кампании: целеполагание и планирование	3
2	Этапы разработки PR-мероприятия.	2
3	Подготовка и оформление локации для проведения события	2
4	Печатная и сувенирная продукция: этапы разработки	2
5	Основные принципы визуализации PR-мероприятий	2
6	Формирование пресс-кита: основные правила и требования	2
7	Написание речей для первых лиц, выступающих на мероприятии	2
8	Анонсирование мероприятия: специфика подачи информации	2
9	Создание эффективного медиа-плана.	2
10	Мониторинг СМИ	2
11	Альтернативные источники каналов коммуникаций	2
12	Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	3
13	Особенности написания партнерских пакетов	2
14	Работа со спонсорами	2
	ВСЕГО	30

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Разработка концепции мероприятия (Сценарный план)	6
2	Отработка навыков презентации проекта PR-мероприятия	6

3	Отработка навыков написания материалов для пресс-кита	6
4	Отработка навыков написания спичей для выступления участников PR-мероприятия	6
5	Отработка навыков создания слоганов, девизов, лозунгов	6
6	Отработка навыков мониторинга и оценки рейтингов СМИ	6
7	Отработка навыков создания эффективного медиа-плана	6
8	Работа с рисками	6
9	Работа с партнерами PR-мероприятия	6
10	Отработка навыков создания спонсорских пакетов	6
11	Создание базы СМИ для конкретного мероприятия	6
12	Создание базы релизоприемников	6
13	Формирование пресс-пакета для конкретного мероприятия	6
14	Разработка электронного пригласительного билета	6
	ВСЕГО	84

6. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальные задания по дисциплине «Теория и практика ССО (Организация PR-мероприятий)» учебным планом не предусмотрены.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Анализ основных причин для проведения PR-кампании.
2. Основные виды PR-кампаний и подразделение их на формы проведения ивентов.
3. Основные этапы разработки PR-кампаний.
4. SWOT-анализ и его роль в разработке SWOT-анализ
5. Требования к месту проведения PR-мероприятия. Основные правила подбора локации.
6. Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии.
7. Виды печатной продукции для различных событий.
8. Виды сувенирной продукции для различных событий. Их смысловая нагрузка.
10. Визуализация PR-мероприятия. Виды. Смысловая функция.
11. Понятие Пресс-кит. Основные составляющие
12. Основы написания пресс-релиза.
13. Основы написания образного текста для СМИ
14. Основы написания спичей.
15. Основы создания лозунгов и девизов для различных мероприятий
16. Этап оценки эффективности PR-кампании.
17. Юридические и правовые вопросы, связанные с выбором мест мероприятий
18. Опосредованное информирование о мероприятии.
19. Основы написания сценарных планов
20. Этапы согласования сценарных планов
21. Влияние будущего сценария на выбор места мероприятия.
22. Профильные и массовые мероприятия: различия в программах.
23. Привлеченный персонал: работа с субподрядными агентствами.
- 24.. Работа со спонсорами. Основные тенденции спонсорских пакетов
25. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации
25. Альтернативные источники коммуникаций

7. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет филологический**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль:

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр

6

Учебная дисциплина

«Теория и практика ССО (Организация PR-мероприятий)»

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

В соответствии с заданием, указанным в вашем варианте, ответьте на следующие вопросы:

1. Какое мероприятие будет наиболее уместным в связи с данным событием? Аргументируйте ваш выбор.
2. Назовите цели и задачи вашего мероприятия.
3. Назовите первичную и вторичную ЦА вашего мероприятия.
4. Кто и с каким месседжем должен принять участие в вашем мероприятии в качестве спикеров\модератора\приглашенных гостей и т.д.?
5. Какие информационные материалы необходимо подготовить для данного мероприятия?
6. Опишите этапы подготовки мероприятия.
7. Опишите этапы проведения вашего мероприятия.

ВАРИАНТ №1

1. Крупнейшая строительная компания ДНР «ДонСтрой» открывает новое, современное предприятие в Тельмановском районе по разработке гранитных месторождений и производству изделий из гранита.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующая кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова

О.А. Капсамун

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	5
4	5
5	5
6	5
7	5
Всего	35

8. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Теоретические вопросы к экзамену

1. Планирование PR-мероприятий: цели и задачи мероприятия.
2. Целевые аудитории мероприятия: ее виды. Специфика работы с разными видами аудиторий.
3. Формирование основного послания для целевой аудитории.
4. Форма мероприятия: основные факторы, обуславливающие выбор формы.
5. Виды специальных мероприятий.
6. Цели проведения специальных мероприятий.
7. Псевдособытия: особенности проведения, преимущества и недостатки.
8. Методические основы организации специальных мероприятий.
9. Административная часть как этап подготовки специального события.
10. Подготовка сценария PR-мероприятия.
11. Особенности работы со СМИ при подготовке PR-мероприятия.
12. Этапы организации пресс-конференции.
13. Методы оценки результатов пресс-конференции.
14. Презентация как специфический вид PR-мероприятия. Отличительные черты презентации.
15. Цели и задачи презентации.
16. Этапы планирования презентации.
17. Типы презентаций по стилю подачи информации.
18. Типы презентаций по форме подачи информации.
19. Типы презентаций в зависимости от объекта представления.
20. 5 «С» презентации: особенности использования алгоритма.
21. Выставка как форма PR-мероприятия.
22. Правила результативного участия в выставке.
23. Организация участия в выставке.
24. Количественная оценка экспозиционирования.
25. Дискуссия и круглый стол как способ формирования общественного мнения.
26. Круглый стол: особенности и отличительные черты.
27. Требования к организации и проведению «круглого стола».
28. Модерация круглого стола.
29. Этапы подготовки круглых столов.
30. Модератор круглого стола: необходимые навыки и личностные характеристики.
31. Подбор участников и определение экспертов Круглого стола.
32. Методика проведения Круглого стола.
33. Подготовка предварительной резолюции Круглого стола.
34. Пресс-тур как специфический вид PR-мероприятия.
35. Блоки мероприятий в рамках пресс-тура: специфика подготовки и организации.
36. День открытых дверей: планирование и проведение.
37. Виды приемов в зависимости от поставленных задач.
38. Виды дневных приемов: особенности проведения.
39. Виды вечерних приемов: особенности проведения.
40. Этапы подготовки приемов.
41. Конференция: особенности проведения, виды, регламент.
42. Виды PR-мероприятий в интернете.
43. Спонсорство и фандрайзинг: роль в организации PR-мероприятий.
44. Формы спонсорства.
45. Преимущества и недостатки спонсорской поддержки.
46. Схема планирования типичной PR-кампании.
47. Определение целей и задач PR-кампании, разработка стратегии.
48. Тактическое планирование PR-кампании.
49. Календарное планирование PR-кампании.
50. График Ганта как форма календарного планирования.

51. PERT-диаграмма как форма календарного планирования.
52. Планы по работе с основными группами общественности в рамках планирования PR-кампании.

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль:

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр

6

Учебная дисциплина **«Теория и практика ССО (Организация PR-мероприятий)»**

БИЛЕТ №1

1. Планирование PR-мероприятий: цели и задачи мероприятия.
2. Календарное планирование PR-кампании.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующая кафедрой
Экзаменатор

И.М. Артамонова
О.А. Капсамун

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	10
2	10
Всего	20 баллов

9. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ *(при наличии)*

1.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Организационно-учебная работа студента	Модульный контроль	Экзамен	Всего
Мах 45 баллов	мах 35 баллов	мах 20 баллов	100 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой и доской. Необходимо наличие:

- рабочих мест для студентов в соответствии с их количеством;
- ноутбука, видеопроектора, колонок.

Практические занятия проводятся в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с лицензионным программным обеспечением, доступом к сети интернет, столами, доской

Библиотечные фонды.

12. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Боровик М. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас. – М.- Альпина Паблишер, 2017. 270 с.	-	+
2.	Грачев А.С., Грачева С.А. Спирина Е.Г. PR-служба компании. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 160 с.	-	+
3.	Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 240 с.	-	+
4.	Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 109 с.	-	+
5.	Паничкина Г.Г., Носова Н.С. Как провести успешную рекламную кампанию. – М.: Дашков и К, 2018. 160 с.	-	+
6.	Романцев А.Н. Event-маркетинг: сущность и	-	+

	особенности организации. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2017. 116 с.		
<i>Дополнительная литература</i>			
7.	Барлоу Дж., Меллер К. Жалоба – подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. 328 с.	-	+
8.	Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2018. 320 с.	-	+
9.	Сазерленд Дж. <u>Scrum. Революционный метод управления проектами.</u> – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018 год. 272 с.	-	+
10.	Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.]; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 350 с.	-	+
11.	Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 230 с.	-	+
12.	Франкель Н., Румянцев Д. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2017. 320 с.	-	+
13.	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. – М.: Юрайт, 2018. 163 с.	-	+

13. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. <https://www.twirpx.org/>
2. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php
3. <http://www.journ.msu.ru>
4. www.evartist.narod.ru
5. www.library.cjes.ru
6. www.mediasprut.ru

14. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____ И.М. Артамонова