

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

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

Экономический факультет  
Кафедра международного бизнеса и делового администрирования



П.А. Машаров

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ИНДУСТРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

---

Укрупненная группа направлений  
подготовки  
Программа высшего образования  
Направление подготовки  
Профиль подготовки  
Квалификация  
Форма обучения

38.00.00 Экономика и управление  
Программа бакалавриата  
38.03.02 Менеджмент  
Международный бизнес  
Бакалавр  
Очная, очно-заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

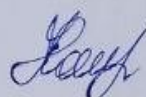
Донецк 2024

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Индустрия связей с общественностью» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль: Международный бизнес), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 970 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры международного бизнеса  
и делового администрирования,  
канд. экон. наук, доцент



Т. В. Костина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры международного бизнеса  
и делового администрирования  
Протокол от 26.03.2024 г. № 9

Заведующий кафедрой



О.Л. Некрасова

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета  
28.03.2024 г.



Ю. Н. Полшков

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

Председатель



Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной  
образовательной программы,  
д-р экон. наук, доцент  
26.03.2024 г.



О.Л. Некрасова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

дисциплины программы бакалавриата: «Введение в бизнес», «Основы экономической теории», «Современные технологии», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Международный бизнес».

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

«Корпоративная социальная ответственность», «Мировая экономика», «Менеджмент», «Финансовый менеджмент»; курсовая работа по дисциплине «Международный бизнес», производственная практика (технологическая практика), производственная практика (преддипломная практика); выпускная квалификационная работа.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.03.02 Менеджмент (Профиль: Международный бизнес)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.4.2 «Индустрия связей с общественностью»
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор обучающегося
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	45	-	45	54	144	экзамен
Очно-заочная	2	4	14	-	14	116	144	экзамен

## 3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления связями с общественностью.

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

##### 4.1. Компетенции

ПК-1. Способен к анализу, обоснованию и формированию возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей

##### 4.2. Индикаторы компетенций

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
<b>ПК-1.</b> Способен к анализу, обоснованию и формированию возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей.	<b>ПК-1.1.</b> Демонстрирует способность к анализу, обоснованию и формированию возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей в индустрии связей с общественностью	<b>ПК-1.1.1.</b> <i>Знает</i> методику анализа, обоснования и формирования возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей в индустрии связей с общественностью
		<b>ПК-1.1.2.</b> <i>Умеет</i> применять на практике методику анализа, обоснования и формирования возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей в индустрии связей с общественностью

#### 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Краткое содержание темы
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1. «ОСНОВЫ ИНДУСТРИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»</b>	
<b>Тема 1.</b> Понятие и сущность связей с общественностью в органах власти	1.1. Связи с общественностью как вид социального управления 1.2. Содержание и особенности понятия связей с общественностью 1.3. Специфика связей с общественностью в органах власти
<b>Тема 2.</b> Соотношение связей с общественностью с рекламой, агитацией, пропагандой и лоббизмом	2.1. Отличия рекламной деятельности от связей с общественностью в органах власти 2.2. Различия агитации, пропаганды и связей с общественностью в органах власти 2.3. Лоббизм и его отличия от связей с общественностью
<b>Тема 3.</b> Формы непосредственного взаимодействия власти и граждан	3.1. Личный прием граждан должностными лицами 3.2. Деятельность общественных приемных государственных органов 3.3. Встречи с населением как форма взаимодействия должностных лиц с общественностью 3.4. Общественные (публичные) слушания 3.5. Формы осуществления населением местного самоуправления

Темы	Краткое содержание темы
<b>Тема 4.</b> Формы и методы работы с обращениями граждан	4.1. Правовые основы работы с обращениями граждан в Российской Федерации 4.2. Работа с устными обращениями. Правила общения по телефону 4.3. Прямые линии, горячие линии органов власти. Телефоны доверия 4.4. Работа с письменными обращениями
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2. «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»</b>	
<b>Тема 5.</b> Концепция сервисного государства	5.1. Понятие и сущность государственных услуг 5.2. Государственные услуги и административная реформа 5.3. Административный регламент. Реестр государственных услуг 5.4. Многофункциональные центры. межведомственное взаимодействие 5.5. Государственные услуги в электронном виде. Портал государственных и муниципальных услуг. Универсальная электронная карта 5.6. Оценка общественной удовлетворенности качеством государственных услуг
<b>Тема 6.</b> Взаимодействие органов власти со средствами массовой информации	6.1. Сущность и функции средств массовой информации 6.2. Особенности, проблемы и эффективность взаимодействия органов власти со средствами массовой информации 6.3. Функции специалистов и подразделений органов власти по связям с общественностью 6.4. Формы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации 6.5. Мероприятия для прессы.
<b>Тема 7.</b> Информационные ресурсы в органах власти	7.1. Сущность и правовое регулирование информационных ресурсов 7.2. Концепция электронного правительства 7.3. Примеры информационных ресурсов органов власти 7.4. Использование социальных медиа органами власти
<b>Тема 8.</b> Информационно-аналитическое обеспечение общественных связей в органах власти	8.1. Аналитические исследования в государственном управлении 8.2. Общественное мнение как объект управления в системе общественных связей

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования содержательных модулей и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1. «ОСНОВЫ ИНДУСТРИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»</b>					
<b>Тема 1.</b> Понятие и сущность связей с общественностью в органах власти	4	-	4	6	14
<b>Тема 2.</b> Соотношение связей с общественностью с рекламой, агитацией, пропагандой и лоббизмом	6	-	6	7	19
<b>Тема 3.</b> Формы непосредственного взаимодействия власти и граждан	6	-	6	7	19
<b>Тема 4.</b> Формы и методы работы с обращениями граждан	6	-	6	7	19
<b>Итого по 1 содержательному модулю</b>	<b>22</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>27</b>	<b>71</b>
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2. «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»</b>					
<b>Тема 5.</b> Концепция сервисного государства	5	-	5	6	16
<b>Тема 6.</b> Взаимодействие органов власти со средствами массовой информации	6	-	6	7	19
<b>Тема 7.</b> Информационные ресурсы в органах власти	6	-	6	7	19
<b>Тема 8.</b> Информационно-аналитическое обеспечение общественных связей в органах власти	6	-	6	7	19
<b>Итого по 2 содержательному модулю</b>	<b>23</b>	<b>-</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>73</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>45</b>	<b>-</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>144</b>

### 6.2. Форма обучения – очно-заочная, курс – 2, семестр – 4

Наименования содержательных модулей и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1. «ОСНОВЫ ИНДУСТРИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»</b>					
<b>Тема 1.</b> Понятие и сущность связей с общественностью в органах власти	1		1	12	14
<b>Тема 2.</b> Соотношение связей с общественностью с рекламой, агитацией, пропагандой и лоббизмом	2		2	15	19
<b>Тема 3.</b> Формы непосредственного взаимодействия власти и граждан	2		2	15	19
<b>Тема 4.</b> Формы и методы работы с обращениями граждан	2		2	15	19
<b>Итого по 1 содержательному модулю</b>	<b>7</b>		<b>7</b>	<b>57</b>	<b>71</b>
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2. «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»</b>					
<b>Тема 5.</b> Концепция сервисного государства	1		1	14	16
<b>Тема 6.</b> Взаимодействие органов власти со средствами массовой информации	2		2	15	19
<b>Тема 7.</b> Информационные ресурсы в органах власти	2		2	15	19
<b>Тема 8.</b> Информационно-аналитическое обеспечение общественных связей в органах власти	2		2	15	19
<b>Итого по 2 содержательному модулю</b>	<b>7</b>		<b>7</b>	<b>59</b>	<b>73</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>14</b>		<b>14</b>	<b>116</b>	<b>144</b>



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

### **7.1. Контрольные вопросы**

#### ***СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1.***

##### ***«ОСНОВЫ ИНДУСТРИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»***

1. Связи с общественностью как вид социального управления
2. Содержание и особенности понятия связей с общественностью
3. Специфика связей с общественностью в органах власти
2. Отличия рекламной деятельности от связей с общественностью
3. в органах власти
2. Различия агитации, пропаганды и связей с общественностью
4. в органах власти
5. Лоббизм и его отличия от связей с общественностью
6. Личный прием граждан должностными лицами
7. Деятельность общественных приемных государственных органов
8. Встречи с населением как форма взаимодействия должностных лиц
9. с общественностью
10. Общественные (публичные) слушания
11. Формы осуществления населением местного самоуправления
12. Правовые основы работы с обращениями граждан
13. в Российской Федерации
14. Работа с устными обращениями. Правила общения по телефону
15. Прямые линии, горячие линии органов власти. Телефоны доверия
16. Работа с письменными обращениями

#### ***СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2.***

##### ***«ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»***

17. Понятие и сущность государственных услуг
18. Государственные услуги и административная реформа
19. Административный регламент. Реестр государственных услуг
20. Многофункциональные центры. межведомственное взаимодействие
21. Государственные услуги в электронном виде. Портал государственных и муниципальных услуг. Универсальная электронная карта
22. Оценка общественной удовлетворенности качеством государственных услуг
23. Сущность и функции средств массовой информации
24. Особенности, проблемы и эффективность взаимодействия органов власти со средствами массовой информации
25. Функции специалистов и подразделений органов власти по связям с общественностью
26. Формы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации
27. Мероприятия для прессы.
28. Сущность и правовое регулирование информационных ресурсов
29. Концепция электронного правительства
30. Примеры информационных ресурсов органов власти
31. Использование социальных медиа органами власти
32. Аналитические исследования в государственном управлении
33. Общественное мнение как объект управления в системе общественных связей

### **7.2. Темы докладов (рефератов)**

Не предусмотрены программой дисциплины



### 7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Модульная контрольная работа проводится в виде тестирования. Пример тестового задания приведен ниже.

Донецкий государственный университет  
Экономический факультет  
Кафедра международного бизнеса и делового администрирования

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Международный бизнес
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Семестр	Четвёртый
Дисциплина	Индустрия связей с общественностью

### МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

#### **Теория.**

1. Содержание и особенности понятия связей с общественностью
2. Государственные услуги и административная реформа

#### **Тестовые задания**

##### *1. Правовые основы связей с общественностью:*

- 1) закон о свободе слова
- 2) конвенция о правах человека и основных свобод
- 3) закон о массовых коммуникациях
- 4) закон о защите данных персонального характера

##### *2. Современные связи с общественностью управляют:*

- 1) медийные компании и журналисты
- 2) государственные органы и правительство
- 3) частные компании и корпорации
- 4) все ответы верны

##### *3. Связи с общественностью регулируют отношения между:*

- 1) государством и СМИ
- 2) компанией и её клиентами
- 3) общественностью и некоммерческими организациями
- 4) все ответы верны

##### *4. Что такое связь с общественностью?*

- 1) процесс взаимодействия компании с обществом
- 2) форма рекламы в СМИ
- 3) продажа товаров и услуг
- 4) сбор информации о конкурентах

##### *5. Какую роль играют СМИ в связи с общественностью?*

- 1) помощь в маркетинговых исследованиях
- 2) создание положительной репутации компании
- 3) продвижение товаров и услуг
- 4) информирование общественности о деятельности компании

##### *6. Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?*

- 1) маркетинговые исследования

- 2) продвижение товаров и услуг
- 3) PR-кампания
- 4) рекламная стратегия
7. *Что такое целевая аудитория в связи с общественностью?*
  - 1) все пользователи интернета
  - 2) все клиенты компании
  - 3) определенная группа людей, которая является приоритетной для взаимодействия
  - 4) все сотрудники компании
8. *Что такое корпоративная репутация?*
  - 1) финансовое состояние компании
  - 2) мнение общества о компании
  - 3) цены на товары и услуги компании
  - 4) уровень удовлетворенности сотрудников компании
9. *Какими инструментами можно управлять связью с общественностью?*
  - 1) социальные сети и медиаплатформы
  - 2) торговые скидки и акции
  - 3) пресс-релизы и публичные выступления
  - 4) все перечисленные варианты
10. *Что такое кризисное PR?*
  - 1) способ повышения продаж во время кризиса
  - 2) управление общественным мнением в условиях кризиса
  - 3) скрытие информации о кризисе
  - 4) прекращение взаимодействия с общественностью в период кризиса

### **Критерии оценивания модульной контрольной работы**

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 20 баллов.

<b>Номер задания</b>	<b>Количество баллов</b>
Теория	10
Тесты	10
<b>Всего</b>	<b>20</b>

### **7.4. Образец содержания экзаменационного билета (при наличии экзамена по дисциплине)**

Донецкий государственный университет  
Экономический факультет

Кафедра международного бизнеса и делового администрирования

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Международный бизнес
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Семестр	Четвёртый
Дисциплина	Индустрия связей с общественностью

***Теоретическое задание.***

1. Оценка общественной удовлетворенности качеством государственных услуг
2. Сущность и функции средств массовой информации

***Практическое задание.***

*Ответить на тесты:*

*1. Правовые основы связей с общественностью:*

- 1) закон о свободе слова
- 2) конвенция о правах человека и основных свобод
- 3) закон о массовых коммуникациях
- 4) закон о защите данных персонального характера

*2. Современные связи с общественностью управляют:*

- 1) медийные компании и журналисты
- 2) государственные органы и правительство
- 3) частные компании и корпорации
- 4) все ответы верны

*3. Связи с общественностью регулируют отношения между:*

- 1) государством и СМИ
- 2) компаниями и её клиентами
- 3) общественностью и некоммерческими организациями
- 4) все ответы верны

*4. Что такое связь с общественностью?*

- 1) процесс взаимодействия компании с обществом
- 2) форма рекламы в СМИ
- 3) продажа товаров и услуг
- 4) сбор информации о конкурентах

*5. Какую роль играют СМИ в связи с общественностью?*

- 1) помощь в маркетинговых исследованиях
- 2) создание положительной репутации компании
- 3) продвижение товаров и услуг
- 4) информирование общественности о деятельности компании

*6. Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?*

- 1) маркетинговые исследования
- 2) продвижение товаров и услуг
- 3) PR-кампания
- 4) рекламная стратегия

*7. Что такое целевая аудитория в связи с общественностью?*

- 1) все пользователи интернета
- 2) все клиенты компании
- 3) определенная группа людей, которая является приоритетной для взаимодействия
- 4) все сотрудники компании

*8. Что такое корпоративная репутация?*

- 1) финансовое состояние компании
- 2) мнение общества о компании
- 3) цены на товары и услуги компании
- 4) уровень удовлетворенности сотрудников компании

*9. Какими инструментами можно управлять связью с общественностью?*

- 1) социальные сети и медиаплатформы
- 2) торговые скидки и акции
- 3) пресс-релизы и публичные выступления
- 4) все перечисленные варианты

*10. Что такое кризисное PR?*

- 1) способ повышения продаж во время кризиса
- 2) управление общественным мнением в условиях кризиса

- 3) скрытие информации о кризисе
- 4) прекращение взаимодействия с общественностью в период кризиса

### 3. Решите задания:

#### Задание 1.

Сформируйте пакет законодательных актов, которые необходимо учитывать при реализации PR-функций следующим организациям:

- печатным и электронным СМИ;
- коммерческим структурам;
- политическим партиям;
- благотворительным фондам.

Какие организации контролируют выполнение требований данных правовых актов?

Приведите примеры.

#### Задание 2.

Опишите модель управления коммуникативными процессами. Проранжируйте принципы работ службы PR.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Номер задания	Количество баллов
1	10
2	10
3	20
<b>Всего</b>	<b>40</b>

## 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

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

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>40</b>
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	<b>Итого</b>	<b>20</b>
<b>Экзамен</b>		<b>40</b>
<b>Общий итог</b>		<b>100</b>

Соответствие баллов оценке

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

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

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

23. для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

24. для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

25. для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

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

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

1) для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;

2) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 1896). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 7-го корпуса (ауд. 103).

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

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

*Дистанционно материалы по курсу «Индустрия связей с общественностью»* для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Международный бизнес» доступен в *Облако сервиса mail.ru Костиной Т.В.* Папка «Индустрия связей с общественностью»: Режим доступа: URL: <https://cloud.mail.ru/public/m5cF/aZoKdaYFG>

## 11. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

1. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Д.Е. Баранов, Е. В. Демко, М.А. Лукашенко. – Электрон. текстовые дан. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Синергия, 2013. – 352 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17007>
2. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 208 с. – Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/57028\\*](http://www.iprbookshop.ru/57028*)
3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Электрон. текстовые дан. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 159 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976.html>

### 11.2. Дополнительная литература

1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью [Электронный ресурс]: модели, технологии, синергетический эффект/ Т.Э. Гринберг – Электрон. текстовые данные. - М.: Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, 2012. – 324 с. – Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/54633\\*](http://www.iprbookshop.ru/54633*)

2. *Минаева Л.В.* Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.В. Минаева – Электрон. текстовые данные. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 320 с. – Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/8972\\*](http://www.iprbookshop.ru/8972*)

3. *Нархов Д.Ю.* Реклама. Управленческий аспект [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Ю.Нархов, Е.Н. Нархова – Электрон. текстовые данные. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. – 264 с. – Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/68468\\*](http://www.iprbookshop.ru/68468*)

4. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / Моск. гос. лингвист. ун-т ; ред. М. М. Васильева. - Москва: Юрайт, 2014. - 495 с. - (Бакалавр. Академический □ Издания, помеченные знаком (\*), имеются в фонде библиотеки Института управления (г. Архангельск).

5. *Синяева, И. М.* Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М.Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2014. – 552 с.

9. *Скрипникова Н.Н.* Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: теоретические брифы. Учебное пособие/ Н.Н. Скрипникова – Электрон. текстовые данные. – Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. – 53 с. – Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/59126\\*](http://www.iprbookshop.ru/59126*).

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000 – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

## 13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)



2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).