Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 20:52:37
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Крылова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)
«25» 03 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.13.01 Паблик рилейшнз

(шифр, название дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования	программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.01 Экономика (код, наименование)
Профиль	Рекламный бизнес (код, наименование)
Факультет	маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс	очная форма обучения, 4 курс очно-заочная форма обучения, 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (*при наличии таких лиц*)

Донецк
2026

*Рабочая программа дисциплины «*Паблик рилейшнз*»*
(название дисциплины)
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика,
(код, наименование)
профиль Рекламный бизнес
(наименование)
разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года

Разработчик: Сошенко Инна Викторовна, доцент, к.э.н.
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «17» февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой Рвачёва И.М.
(подпись) (фамилия, инициалы)

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела
Махноносов Д.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

«17» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель Крылова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

© Сошенко Инна Викторовна, 2026 год
(ФИО разработчика/разработчиков)
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего профессионального образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
38.03.01 Экономика</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="7">Профиль
Рекламный бизнес</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество часов – 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>7-й</td><td>9-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="13">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 2;
самостоятельной работы обучающегося – 2,8</td><td rowspan="13">Программа высшего образования: – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>.</td><td>.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>45,8 час.</td><td>61,8 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>АПР</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>экзамен</td><td>экзамен</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 32/45,8,
для очно-заочной – 16/61,8.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать знания о теоретических и прикладных аспектах рекламной деятельности, научить обучающихся использовать на практике методы и приемы digital- технологий в рекламе и PR, необходимые в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: обеспечить обучающихся глубокими и конкретными знаниями в сфере рекламной деятельности с целью их использования в практической деятельности в работе с рекламой и PR; дать практические навыки для использования рекламной деятельности в деятельности фирмы и будущей профессиональной деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

По направлению подготовки 38.03.01 Экономика профиль Рекламный бизнес дисциплина Б1.В.ДВ.13.01 «Паблик рилейшнз» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

Для освоения дисциплины обучающимся требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «Маркетинг», «Интернет-маркетинг», «Системный дизайн в торговле» «Разработка и реализация BTL-акций», «Методология и методы научных исследований», «Коммерческая деятельность».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИДК-2$_{ПК3}$ Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики. ИДК-3$_{ПК3}$ Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные понятия и категории в области рекламы и паблик рилейшнз, структуру маркетинговых коммуникаций, основы функционирования рекламы и PR в печатных, электронных средствах массовой информации;

уметь: демонстрировать знание основных понятий и категорий рекламы и паблик рилейшнз; понимать особенности функционирования рекламы и паблик рилейшнз в СМИ; выстраивать алгоритм взаимодействия журналистики, рекламы и связей с общественностью.

владеть: методикой формирования стратегий PR-деятельности в печатных, электронных СМИ и интернет-ресурсах; методами инновационного маркетинга; навыками принятия маркетинговых решений, связанных с разработкой и внедрением PR- акций.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1 Сущность, содержание и специфика работы PR

Тема 1. PR в бизнесе и обществе

Тема 2. PR: происхождение и развитие

Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности

Смысловой модуль 2. Комплексное направление деятельности PR

Тема 4. Исследования в PR

Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз

Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз

Смысловой модуль 3. Стратегии PR и особенности их реализации в современных условиях

Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ

Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ

Тема 9. PR-стратегии в Internet

Тема 10. PR в условиях кризиса

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	ПР[5]		л	п	лаб	СР	Пр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Смысловой модуль 1. Сущность, содержание и специфика работы PR												
Тема 1. PR в бизнесе и обществе	6	1	1		4		7	1			6	
Тема 2. PR: происхождение и развитие	6	1	1		4		7		1		6	
Тема 3. Работа PR-специалистов с основными группами общественности	8	2	2		4		8	1	1		6	
Итого по смысловому модулю 1	*20*	*4*	*4*		*12*		*22*	*2*	*2*		*18*	
Смысловой модуль 2. Комплексное направление деятельности PR												
Тема 4. Исследования в PR	8	2	2		4		9,8	1	1		7,8	
Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз	8	2	2		4		8	1	1		6	
Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз	6	1	1		4		8	1	1		6	
Итого по смысловому модулю 2	*22*	*5*	*5*		*12*		*25,8*	*3*	*3*		*19,8*	
Смысловой модуль 3. Стратегии PR и особенности их реализации в современных условиях												
Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ	10	2	2		6		7	1			6	
Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ	10	2	2		6		8	1	1		6	
Тема 9. PR-стратегии в Internet	10	2	2		6		8	1	1		6	
Тема 10. PR в условиях кризиса	5,8	1	1		3,8		7		1		6	
Итого по смысловому модулю 3	*35,8*	*7*	*7*		*21,8*		*30*	*3*	*3*		*24*	
Всего часов:	**77,8**	**16**	**16**		**45,8**		**77,8**	**8**	**8**		**61,8**	
Катт	0,8					0,8	0,8					0,8
СРэк												

ИК												
КЭ	2					2	2					2
Каттэк	0,4					0,4	0,4					0,4
Контроль	27					27	27					27
Итого:	**108**	**16**	**16**		**45,8**	**30,2**	**108**	**8**	**8**		**61,8**	**30,2**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Тема 1. PR в бизнесе и обществе	1	-
2	Тема 2. PR: происхождение и развитие	1	1
3	Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности	2	1
4	Тема 4. Исследования в PR	2	1
5	Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз	2	1
6	Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз	1	1
7	Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ	2	-
8	Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ	2	1
9	Тема 9. PR-стратегии в Internet	2	1
10	Тема 10. PR в условиях кризиса	1	1
	Всего:	**16**	**8**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
	не предусмотрены	-	-

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Тема 1. PR в бизнесе и обществе	4	6
2	Тема 2. PR: происхождение и развитие	4	6
3	Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности	4	6
4	Тема 4. Исследования в PR	4	7,8
5	Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз	4	6
6	Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз	4	6
7	Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ	6	6
8	Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ	6	6
9	Тема 9. PR-стратегии в Internet	6	6
10	Тема 10. PR в условиях кризиса	3,8	6
	Всего:	**45,8**	**61,8**

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

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

1) для слепых и слабовидящих:

− при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

− письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

2) для глухих и слабослышащих:

– лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

– зачет, экзамен проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение их в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

− зачет, экзамен проводятся в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета, экзамена для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет, экзамен могут проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

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

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в информационно-телекоммуникационной 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 лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме;
– в форме электронного документа.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (темы 1-10)	1	10
- тестирование (темы смыслового модуля 1 – 3)	1	10
- реферат	5	5
- разноуровневые задачи и задания	5	15
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*40*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине по очно-заочной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- тестирование (темы 1-10)	1	10
- реферат (смысловые модули 1 – 3)	5	15
- контрольная работа (темы смыслового модуля 1 – 3)	5	15
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*40*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Перечень вопросов для подготовки к экзамену:

1. Принципы деятельности института паблик рилейшнз и его специалистов.
2. Понятие паблисити. Спонсорство. Направления спонсоринга.
3. Формирование фирменного стиля.
4. Приемы связи со средствами массовой информации (СМИ).

5. Паблик рилейшнз посредством печатной продукции.
6. Паблик рилейшнз и механизм взаимодействия со СМИ.
7. Паблик рилейшнз и отношения с потребителями.
8. Понятие «общественное мнение» и применение его на практике паблик рилейшнз.
9. Функции publik relations.
10. PR в бизнесе и обществе.
11. Основные направления деятельности паблик рилейшнз.
12. Основные направления работы PR в условиях кризиса.
13. Менеджмент паблик рилейшнз
14. PR-стратегии в Интернет.
15. Происхождение и развитие PR.
16. Исследования в PR.
17. Работа PR специалистов с основными группами общественности.
18. PR: происхождение и развитие.
19. PR в условиях кризиса.
20. Типы PR-кампаний.
21. Проблемные разработки собственных сайтов.
22. Антиреклама в паблик рилейшнз.
23. Основные типы PR исследований.
24. Управление веб- сайтом.
25. Принципы и функции publik relations.
26. Сущность понятий электронные СМИ
27. PR и типы кризисов.
28. Общественное мнение: преимущества и недостатки.
29. Анкетирование в паблик рилейнз.
30. Отзыв товаров с прилавков магазинов как стратегия прекращения кризиса
31. Квотные выборки в паблик рилейшнз.
32. Интернет как стратегия PR деятельности
33. Основные принципы работы PR специалистов.
34. Понятие «общественное мнение» и применение его на практике паблик рилейшнз.
35. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ.
36. Бэкграундер -характеристика и основная цель.
37. Рекламные мероприятия на стадии подготовки к ярмарке/выставке.
38. Имиджевые, стимулирующие и стабилизирующие цели рекламной кампании.
39. Основные этапы программы маркетинговых коммуникаций.
40. Формы коммуникаций со СМИ.
41. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций
42. Понятие «общественное мнение» и применение его на практике паблик рилейшнз.
43. Система маркетинговых коммуникаций и ее элементы.
44. Сущность паблик рилейшнз. История развития паблик рилейшнз.
45. Подходы к содержанию понятия «паблик рилейшнз».
46. Характерные черты паблик рилейшнз.
47. Паблик рилейшнз как инструмент системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.
48. Сходства и различия паблик рилейшнз и рекламы.
49. Основные цели и задачи паблик рилейшнз.
50. Паблик рилейшнз и отношения с собственным персоналом. Задачи внутриорганизационных коммуникаций.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу										Максимальная сумма баллов		
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль №3				Итого текущий контроль, балл	Итого контроль (экзамен), балл	Всего
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т 8	Т 9	Т 10	40	60	100
3	3	4	5	5	5	4	4	4	3			

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 301 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-04238- – Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0 .

2. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ.ред. Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 164 с. – (Серия : Университеты России). – ISBN 978-5-534- 04874-2. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A9683B6DDF5C4.

3. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. – 161 с. ISBN 978-5-9275-3437-1

Дополнительная литература:

1. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. –М. : Издательство Юрайт, 2021. – 457 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).– ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B .

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. –М. : Издательство Юрайт, 2022. – 495 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс).– ISBN 978-5-534-02621-4. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE

3. Княжевский И.И. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] : опорный конспект лекций для обучающихся очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», / Д. Э. Возиянов; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. Маркетинга и коммерческого дела. 2022

Княжевский И.И. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] : методические рекомендации для практических и самостоятельных работ обучающихся очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», / Д. Э. Возиянов; М-во образования и науки

ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. Маркетинга и коммерческого дела. ─ в рукописи.

Учебно-методические издания:

1. Digital-технологии в рекламе и PR Конспект лекций для обучающихся дневной и заочной форм обучения : всех направлений подготовки и специализаций / А.А. Потова; Донецкийнациональный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра маркетинга и торгового дела. – Донецк : ДонНУЭТ, 2023 – рукопись

2. Попова А.А. Digital-технологии в рекламе и PR: Методические рекомендации для самостоятельной подготовки к практическим занятиям по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» для всех направлений подготовки, 2023 – рукопись

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро». - Москва : ООО «Дата Экспресс», 2024- . - Текст : электронный.

2. Электронная библиотека Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 2024 – . – URL: http://192.168.41.108/megapro. – Текст : электронный.

3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образовательный ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2007 -. - URL:http://www.iprbookshop.ru. – Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст. Аудио. Изображения : электронные.

4. Лань : электронная-библиотечная система. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://e.lanbook.com/- Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

5. СЭБ : Консорциум сетевых электронных бибилиотек / Электронная-библиотечная система «Лань» при поддержке Агентства стратегических инициатив. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://seb.e.lanbook.com/ - Режим доступа : для пользователей организаций - участников, подписчиков ЭБС «Лань». - Текст : электронный.

6. Polpred : электронная библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». - Москва : Полпред Справочники, cop. 1997-2024. - URL:https://polpred.com. - Текст : электронный.

7. Book on lime : дистанционное образование : электронная библиотечная система / издательство КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. - Москва : КДУ, cop. 2017 -. - URL:https://bookonlime.ru. - Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Информио : электронный справочник / ООО «РИНФИЦ». - Москва : Издательский дом «Информио», 2009 -. - URL: https://www.informio.ru. - Текст : электронный.

9. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006-. - URL:https://biblioelub.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

10. ZNANIUM : электронно-библиотечная система / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва : Знаниум, 2021- . – URL: https://znanium.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Российский экономический унтиниверситет имени В.Г. Плеханова. - Москва : KnowledgeTree Inc., 2008- . - URL:http://]iber.rea.ru/login.php. - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Финансовый университет, 2019— . - URL:http://1ibrary,la.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный. 13. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный

университет. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 - . URL:https://librarv.lib.sfedu.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: информационно- аналитический портал / ООО Научная электронная библиотека. - Москва : ООО Научная электронная библиотека, cop. 2000-2024. - URL:https://elibrary.ru. - Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. -Текст : электронный.

15. CYBERLENINKA : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. - Москва : КиберЛенинка, 2012 - . -URL:http://cvberleninka.ru. — Текст : электронный.

16. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации [и др.]. - Москва : Российская государственная библиотека : ООО ЭЛАР, [2008 —]. - URL:https://rusneb.ru/ - Текст. Изображение : электронные.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины «Паблик рилейшнз» используются мультимедийные средства (проектор, ноутбук), наборы кинофильмов, стендами, структурно-логическими схемами и мультимедийные презентации. Кабинеты кафедры маркетинга и коммерческого дела. Стенды, структурно-логические схемы, приборы, образцы.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совмести-тельства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании[1]
Сошенко Инна Викторовна	По основному месту работы	Должность – доцент, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание отсутствует	Высшее, менеджмент организаций и администрирование, менеджер, диплом кандидата экономических наук КА № 000445	1. Сертификат о прохождении стажировки №000370 от 2023г. по направлению «Гранатовое обеспечение научной деятельности» ФГБОУ ВО «ЮРГПУ (НПИ) имени М.И. Платова», г. Новочеркасск. 2. Сертификат о повышении квалификации №С-2024-00031 от 29.02.2024 г. по программе «Интеллектуальная собственность в цифровой экономике: от заявки до внедрения» 24 ч. Федеральная служба по интеллектуальной собственности

				(РОСПАТЕНТ), Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности», г. Москва

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Паблик рилейшнз

(шифр и название дисциплины)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

(код и наименование)

Профиль Рекламный бизнес

(наименование)

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

знать: основные понятия и категории в области рекламы и паблик рилейшнз, структуру маркетинговых коммуникаций, основы функционирования рекламы и PR в печатных, электронных средствах массовой информации.

(перечень знаний)

уметь: демонстрировать знание основных понятий и категорий рекламы и паблик рилейшнз; понимать особенности функционирования рекламы и паблик рилейшнз в СМИ; выстраивать алгоритм взаимодействия журналистики, рекламы и связей с общественностью.

(перечень умений)

владеть: методикой формирования стратегий PR-деятельности в печатных, электронных СМИ и интернет-ресурсах; методами инновационного маркетинга; навыками принятия маркетинговых решений, связанных с разработкой и внедрением PR- акций.

(перечень умений)

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИДК-2$_{ПК3}$ Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики. ИДК-3$_{ПК3}$ Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

Смысловые модули и темы дисциплины:

Смысловой модуль 1 Сущность, содержание и специфика работы PR

Тема 1. PR в бизнесе и обществе

Тема 2. PR: происхождение и развитие

Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности

Смысловой модуль 2. Комплексное направление деятельности PR

Тема 4. Исследования в PR

Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз

Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз

Смысловой модуль 3. Стратегии PR и особенности их реализации в современных условиях

Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ

Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ

Тема 9. PR-стратегии в Internet
Тема 10. PR в условиях кризиса

Форма промежуточной аттестации: экзамен
(зачет, экзамен)

Разработчик
Сошенко Инна Викторовна, к.э.н., _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание) (подпись)

Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела
Рвачёва Ирина Михайловна, к.э.н., _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание) (подпись)