Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 15:23:59
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 МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.01 ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

(название дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент (код, наименование)
Магистерская программа	Менеджмент организаций и администрирование, Логистика (код, наименование)
Институт	экономики и управления
Форма обучения, курс	очная форма обучения, __1__ курс заочная форма обучения, _1_ курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Паблик рилейшнз» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерских программ: Менеджмент организаций и администрирование, Логистика разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Мизяева Наталья Олеговна, ст. преподаватель кафедры маркетингового менеджмента

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетингового менеджмента
Протокол от «11» февраля 2026 года № 12

Зав. кафедрой маркетингового менеджмента

_____ Балабанова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Врио Директора института экономики и управления

_____ Забарина Д.А.
(подпись) (фамилия, инициалы)

«24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

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

© Мизяева Н.О., 2026 год
© 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 показателей</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ магистерская программа/специализация, программа высшего профессионального образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>Очная форма обучения</td><td>Заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц - 4</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика иуправление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.04.02Менеджмент</td></tr>
<tr><td>Модулей -1</td><td rowspan="3">Магистерские программа: Менеджмент организаций и администрирование, Логистика</td><td colspan="2">Год подготовки:</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей - 3</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td>Общее количество часов -144</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="9">Количество часов в неделю для очной формыобучения: аудиторных - 2 самостоятельной работы студента -4</td><td rowspan="9">Программа высшего профессионального образования -программа магистратуры</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>14 час.</td><td>4 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>112,95 час.</td><td>132 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий к самостоятельной и индивидуальнойработе:

для очной формы обучения - 30: 112,95
для заочной формы обучения - 12: 132

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины - сформировать у студентов умение и навыки относительно осуществления общей профессиональной и профессиональной подготовки по направлениям деятельности: информационно-творческой, социально-психологической, информационно- коммуникационной, информационно-управленческой, аналитической, культурной, информационно-социологической, научно-исследовательской, обеспечить усвоение студентами теории и практики паблик рилейшнз.

Задачи дисциплины: осознание места и роли паблик рилейшнз в практике деятельности предприятий; ознакомление студентов с важнейшими теоретическими разработками, экспериментальными и прикладными исследованиями отечественных и зарубежных специалистов по паблик рилейшнз, а также методами их, использование в деятельности отечественных предприятий; обеспечение усвоения студентами основных теоретических вопросов паблик рилейшнз; повышение уровня компетентности будущих экономистов с помощью приобретения ими специальной подготовки в отрасли паблик рилейшнз как одного из основных стратегических

маркетинговых направлений деятельности предприятия; "вооружение" эффективными инструментами PR -деятельности; формирования необходимых знаний и умений подготовки информационных материалов; ознакомление с процессом разработки стратегических наборов паблик рилейшнз; усвоение современных особенностей в деятельности паблик рилейшнз; создание условий для активной познавательной и научно-исследовательской работы студентов из паблик рилейшнз.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина Б1.В.01 «Паблик рилейшнз» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимые для изучения дисциплины «Паблик рилейшнз» знания, умения и компетенции обучающегося формируются в результате освоения учебных дисциплин программы бакалавриата: «Менеджмент предприятия», «Маркетинг предприятия», «Стратегическое управление».

Необходимыми требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям академических магистров при освоении данной дисциплины и приобретенными в результате освоения предшествующих учебных дисциплин являются: знание основных положений теории маркетинга, экономики, предпринимательства; умение анализировать и обосновывать взаимосвязь основных экономических понятий и категорий, обобщать и систематизировать маркетинговую информацию; владение специальной терминологией в сфере паблик рилейшнз не является предшествующей для изучения каких-либо специальных учебных дисциплин. Знания, навыки и умения, приобретенные обучающимся при успешном освоении курса, послужат необходимой мировоззренческой и методологической базой при подготовке к научно-исследовательской деятельности, при изучении учебных дисциплин профессионального цикла, защите магистерской диссертации.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать сформированы компетенции и индикаторы их достижения :

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-2 Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	*ИД-3ПК-2 - оценивает сферу компетенции органов государственного регулирования корпоративного сектора* *ИД-4ПК-2 - формирует команды, коллективы и корпоративную культуру в организации.*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды (ОПК-3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК): Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияниефакторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций (ПК-2); В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные теории и методы смежных действий в нестандартных ситуациях; основные теории и методы анализа и планировании дсятельности; способы повышения продуктивности работы коллектива в сфере профессиональной деятельности; основные результаты новейших исследований по проблемам проведения анализа, оценки и синтеза

возможностей предприятия; способы повышения конкурентоспособность предприятия на основе анализа макро- и микросреды организации, учитывая факторы нестабильности; методыи формы диагностирования достижений обучающихся.

Уметь: работать в условиях изменения процессов исследования; самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практическихзадач; обеспечить толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные икультурные различия; обосновать ииспользовать определенные модели бренда для конкретного вида продукции или предприятия; разработать концепции бренда продукции и предприятия; определить показатели когнитивного и эмоционального измерения силы бренда; определить стоимость капитала бренда по всем существующим методам; обосновать и использовать определенный вид виртуального бренда; анализировать и оценивать последствия конфликтных ситуаций; обеспечить конкурентоспособность предприятия с помощью анализа макро- и микросреды организации, учитывая государственное регулирование и поведение конкурентов; обеспечивать управление и эффективное использование потенциала целевых групп.

Владеть: навыками быстрой адаптации к изменениям условий среды, решения задач, требованиями должностных обязанностей; навыками разработки планов, организации деятельности в условиях изменяющейся среды; навыками применения методов бизнес- планирования для решения профессиональных задач; навыками выбора стратегии использования бренда; методами исследований (анализа, оценки и синтеза) и методами количественной и качественной обработки информации.

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ 1. Паблик рилейшнз

Смысловой модуль 1 Основы паблик рилейшнз

Тема 1 Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз

Тема 2 Общественность и общественное мнение в PR -деятельности

Смысловой модуль 2 Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной деятельности

Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельности

Тема 4 PR -инструментарий: сущность и классификация

Тема 5 Разработка PR -стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия

Смысловой модуль 3 Паблик рилейшнз: комплексный и стратегический подходы

Тема 6 Методы анализа паблик рилейшнз

Тема 7 Процесс управления паблик рилейшнз

Тема 8 Система управления паблик рилейшнз

Тема 9 Паблик рилейшнз в бизнесе

Тема 10 Антикризисные паблик рилейшнз

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в том числе:					всего	в том числе:				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР	ПР		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР	ПР
Смысловой модуль 1. Функциональный аспект паблик рилейшнз												
Тема 1. Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз	12	1	1	-	10	-	16,5	1	0,5	-	15	-
Тема 2. Общественность и общественное мнение в PR - деятельности	14	2	2	-	10	-	16,5	1	0,5	-	15	-
Итого по смысловому модулю 1	26	3	3	-	20	-	33	2	1	-	30	-
Смысловой модуль II. Паблик рилейшнз в коммуникационной политике предприятий												
Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельности	15	2	2	-	11	-	16,5	1	1	-	15	-
Тема 4. PR -инструментарий: сущность и классификация	16	2	2	-	12	-	17	1	1	-	15	-
Тема 5. Разработка PR - стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия	15	2	2	-	11	-	16,5	1	1	-	15	-
Итого по смысловому модулю 2	46	6	6	-	34	-	50	3	3	-	45	-
Смысловой модуль III. Управление паблик рилейшнз												
Тема 6. Методы анализа паблик рилейшнз	15	2	2	-	11	-	15,5	0,5	-	-	13	-
Тема 7. Процесс управления паблик рилейшнз	15	2	2	-	11	-	15,5	0,5	-	-	13	-
Тема 8. Система управления паблик рилейшнз	15	2	1	-	10	-	16	0,5	1	-	133	-
Тема 9. Паблик рилейшнз в бизнесе	16	2	1	-	11	-	16	0,5	1	-	13	-
Тема 10. Антикризисные паблик рилейшнз	10,1	1	1	-	8,1	-	16	1	-	-	13,8	-
Итого по смысловому модулю 3	71,1	9	7	-	51,1	-	79	3	2	-	65,8	-
Всего по смысловым модулям:	143,1	18	16	-	5,1	-	126,8	8	6	-	140,8	-
Катт	0,9	-	-	-	-	2,9	1,2	-	-	-	-	1,2
КЭ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Каттэк	-	-	-	-	-	0,25	2	-	-	-	-	2
ИК	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
СРкр	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
СРэк	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Контроль	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Всего часов:	144	18	16	-	105,1	3,15	144	8	6	-	-	3,2

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные задания;
5. СРС – самостоятельная работа;

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	Заочнаяформа
1	Тема 1. Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз.	2	0,5
2	Тема 2. Общественность и общественное мнение в PR -деятельности.	4	0,5
3	Тема 3. PR -инструментарий: сущность и классификация	4	1
4	Тема 4. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельности	4	1
5	Тема 5. Разработка PR -стратегии в зависимости от позиции имиджа предприятия	4	1
6	Тема 6. Методы анализа паблик рилейшнз	4	-
7	Тема 7. Процесс управления паблик рилейшнз	4	-
8	Тема 8. Система управления паблик рилейшнз	4	1
9	Тема 9. Паблик рилейшнз в бизнесе	4	1
10	Тема 10. Антикризисные PR	2	-
	Всего	36	6

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	Заочная форма
	Не предусмотрены		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная	Заочная
1	Тема 1. Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз.	10	15
2	Тема 2. Общественность и общественное мнение в PR -деятельности.	10	15
3	Тема 3. PR -инструментарий: сущность и классификация	11	15
4	Тема 4. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельности	12	15
5	Тема 5. Разработка PR -стратегии в зависимости от позиции имиджа предприятия	11	15
6	Тема 6. Методы анализа паблик рилейшнз	11	13
7	Тема 7. Процесс управления паблик рилейшнз	11	13
8	Тема 8. Система управления паблик рилейшнз	10	133
9	Тема 9. Паблик рилейшнз в бизнесе	11	13
10	Тема 10. Антикризисные PR	8,1	13,8
	Всего	**112,95**	**140,8**

10. 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:

1) для слепых и слабовидящих:
   - лекции оформляются в виде электронного документа;
   - письменные задания заменяются устным ответом;
   - для выполнения задания при необходимости возможно использование собственных увеличивающих устройств;
2) для глухих и слабослышащих:
   - лекции оформляются в виде электронного документа;
   - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
   - зачет проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования с использованием дистанционной системы Moodle;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - лекции оформляются в виде электронного документа;
   - письменные задания заменяются устным ответом;
   - зачет проводится в устной форме.

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.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

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.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Форма контроля	Максимальное количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль		
-собеседование (устный опрос) (темы № 1-10)	2	20
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий (темы № 1-10)	2	20
- тестирование (темы № 1-10)	1	10
-реферат, доклад, эссе (темы № 1-10)	2	20
- текущий модульный контроль (№1-3)	10	30
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100 (зачёт)	

Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету:

1. Эволюция развития „паблик рилейшнз”
2. Значение, проблематика и сущность паблик рилейшнз на современном этапе
3. Принципы паблик рилейшнз
4. Правила и функции паблик рилейшнз
5. Виды паблик рилейшнз
6. Общественность как объект коммуникативного влияния
7. Группы и уровни общественности
8. Общественное мнение и процесс его формирования
9. Формирование PR-стратегий в зависимости от фазы общественного мнения
10. Информация: характеристика и требования к ней.
11. Классификация информации.
12. Коммуникационные модели.
13. Процесс коммуникаций и характеристика его этапов.
14. Виды коммуникационных каналов.
15. Повышение эффективности коммуникаций
16. PR-инструменты опосредствованного массового информирования
17. Выступления и ежегодные отчеты
18. Специальные PR-мероприятия
19. Инструменты PR-поддержки
20. Внутренне-направленные инструменты паблик рилейшнз
21. Имидж предприятия: сущность, структуризация и его признаки
22. Методология моделирования имиджа предприятия
23. Разработка PR-стратегии для предприятия в зависимости от позиции имиджа
24. Кризисные ситуации на предприятии и в бизнес-среде
25. Антикризисный паблик рилейшнз в бизнесе
26. Адаптационный паблик рилейшнз в бизнесе
27. Процесс управления паблик рилейшнз
28. Определение проблем паблик рилейшнз
29. Планирование и программирование паблик рилейшнз
30. ПР-действие и коммуникация
31. Оценка программы паблик рилейшнз
32. Комплексная маркетинговая система паблик рилейшнз-потенциала
33. Информационная система паблик рилейшнз
34. Система маркетингового управления паблик рилейшнз.
35. Система поддержки паблик рилейшнз
36. Концепция аутсорсинга
37. Организационный механизм аутсорсинга
38. Экономическая целесообразность аутсорсинга на исполнение PR-проекта

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					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	
6	10	14	10	10	6	14	10	10	10	**100**

Т1, Т2... Т10 - темы смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды деятельности	По государственной шкале
60-100	«Зачтено»
0-59	«Не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Балабанова Л.В. Паблик рилейшнз [Текст]: учебник / Л.В.Балабанова, Мизяева Н.О.\ министерство науки и высшего образования российской федерации ФГБОУ ВО ДОННУЭТ им. М. Туган-Барановского, Каф. маркетинг. менедж. – Донецк: ДОННУЭТ, 2024. – 426 с.
2. Горбатова Н.В. Организация работы отдела по связям с общественностью : учеб. пособие / Н.В. Горбатова. – СПб. : СЗИ РАНХиГС, 2019. – 112 с.
3. Прохоров А.В. Связи с общественностью в различных сферах : учеб. пособие : для студ., обуч. по напр. - реклама и связи с общественностью / А.В. Прохоров, Т.Г. Пядышева, Т.О. Маликова; Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина". - Тамбов : Изд-во ТГУ, 2018. - 217, [1] с.: ил.

Дополнительная

1. Креативный город : сб. ст. IV рег. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 28-29 апр. 2015 г.) / под ред. канд. экон. наук Е. М. Бижановой, канд. экон. наук Т. И. Шерстобитовой. - Пенза : Изд-во ПГУ, 2015. - 92 с.
2. Романов А. А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа : учеб. пособие / А. А. Романов. -

М. : Евразийский открытый ин-т, 2010. - 184 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10814.
3. Мизяева Н.О. Паблик рилейшнз [Текст] : практикум для самостоятельной работы студентов по дисциплине (для студентов направления подготовки Менеджмент организаций и администрирования / К.В.Савельєва. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2023.
4. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / ред.-сост.: А. П. Ситников, И. В. Крылов : пер. с англ. - М. : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2012. - 212 с.
5. Связи с общественностью : учебник / [Г.В. Морозова, Т.Т. Сидельникова, А.И. Остроумови др. ; науч. ред. Л.А. Бурганова] ; Казан. фед. ун-т. - Казань : Изд-во Казанского ун-та, 2016. - 329,

[1] с.: ил.
6. Синяева И.Г. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : монография / И.Г. Синяева. - М. : Юнити-Дана, 2012. – 415 с.

Учебно-методические издания:

1. Учебно-методический комплекс дисциплины «Паблик рилейшнз» (конспект лекций, ситуационные и тестовые задания по дисциплине, кейсы, средства для проведения текущего модульного контроля, средства диагностики знаний по дисциплине, методические указания для выполнения контрольных работ).
2. Мизяева Н.О. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: конспект лекций по

дисциплине / Мизяева Н.О. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2023.

3. Мизяева Н.О. Паблик рилейшнз [Текст] : практикум для самостоятельной работы студентов по дисциплине (для студентов направления подготовки Менеджмент организаций и администрирования / Мизяева Н.О. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2023.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Универсальная электронная энциклопедия «Кругосвет» – Режимдоступа: http://www.krugosvet.ru
2. Информационно-энциклопедический проект «Рубрикон» – Режимдоступа: http://www.rubricon.com
3. Открытая многотомная вики-энциклопедия «Википедия» – Режимдоступа: http://www.wikipedia.org
4. Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской. –Режим доступа: www.lib-dpr.ru/
5. Библиотека ДонНУЭТ – Режим доступа: http://www.donnuet.education/library
6. Дистанционная система MOODL ДонНУЭТ - Режим доступа: .www.distant.donnuet.education
7. Сайт кафедры маркетингового менеджмента. - Режим доступа: www.marketman.donnuet.education.
8. БД Киберленинка - Режим доступа: https://cyberleninka.ru/
9. БД Polpred.com. - Режим доступа: https://polpred.com/
10. ЭБС «BOOK.ru» - Режим доступа: https://www.book.ru/
11. ЭБС «Znanium.com.» - Режим доступа: https:// znanium.com
12. Ресурс ЭБС IPRbooks – Режим доступа: http://iprbookshop.ru.
13. Электронная библиотека Grebennikon – Режим доступа: https://grebennikon.ru.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина читается в аудитории, которая оборудована посадочными местами по количеству обучающихся и рабочим местом преподавателя. Аудитория оснащена техническими средствами и мультимедийной техникой (интерактивная доска, ноутбук с программным обеспечением и мультимедиа проектор) , которые применяются в учебном процессе для визуализации информации и чтения лекций в режиме презентации.

16.КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Мизяева Наталья Олеговна	1) по основному месту работы; 2) на условиях внутреннего совместительства.	Ст. преподаватель маркетингового менеджмента	Высшее "Менеджмент", диплом магистра 052021 031700	Удостоверение о повышении квалификации 612400038541, 17.10.2023 г., Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение Высшего образования «Донской государственный технический университет» По программе повышения квалификации « Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образованя по направлениям подготовки Экономика и управление» в объеме 36 часов, с 17.10.23 по 20.10.23 г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б.1.В.01 Паблик рилейшнз
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Профиль: Менеджмент организаций, Логистика
Трудоемкость дисциплины: 4,0 з.е.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Знать: основные теории и методы смежных действий в нестандартных ситуациях; основные теории и методы анализа и планировании деятельности; способы повышения продуктивности работы коллектива в сфере профессиональной деятельности; основные результаты новейших исследований по проблемам проведения анализа, оценки и синтеза возможностей предприятия; способы повышения конкурентоспособность предприятия на основе анализа макро- и микросреды организации, учитывая факторы нестабильности; методы и формы диагностирования достижений обучающихся.

Уметь: работать в условиях изменения процессов исследования; самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач; обеспечить толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; обосновать и использовать определенные модели бренда для конкретного вида продукции или предприятия; разработать концепции бренда продукции и предприятия; определить показатели когнитивного и эмоционального измерения силы бренда; определить стоимость капитала бренда по всем существующим методам; обосновать и использовать определенный вид виртуального бренда; анализировать и оценивать последствия конфликтных ситуаций; обеспечить конкурентоспособность предприятия с помощью анализа макро- и микросреды организации, учитывая государственное регулирование и поведение конкурентов; обеспечивать управление и эффективное использование потенциала целевых групп.

Владеть: навыками быстрой адаптации к изменениям условий среды, решения задач, требованиями должностных обязанностей; навыками разработки планов, организации деятельности в условиях изменяющейся среды; навыками применения методов бизнес-планирования для решения профессиональных задач; навыками выбора стратегии использования бренда; методами исследований (анализа, оценки и синтеза) и методами количественной и качественной обработки информации.

Обладать компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-2 Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	*ИД-3$_{ПК-2}$ - оценивает сферу компетенции органов государственного регулирования корпоративного сектора* *ИД-4$_{ПК-2}$ - формирует команды, коллективы и корпоративную культуру в организации.*

Смысловые модули и темы дисциплины:

МОДУЛЬ 1. Паблик рилейшнз
Смысловой модуль 1 Основы паблик рилейшнз
Тема 1 Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз
Тема 2 Общественность и общественное мнение в PR -деятельности
Смысловой модуль 2 Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной деятельности
Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельности Тема 4 PR - инструментарий: сущность и классификация
Тема 5 Разработка PR -стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия
Смысловой модуль 3 Паблик рилейшнз: комплексный и стратегический подходы
Тема 6 Методы анализа паблик рилейшнз
Тема 7 Процесс управления паблик рилейшнз Тема 8 Система управления паблик рилейшнз

Тема 9 Паблик рилейшнз в бизнесе
Тема 10 Антикризисные паблик рилейшнз

Виды учебных занятий по дисциплине:
Лекции, семинарские и практические занятия
(лекции, семинарские, практические, лабораторные занятия)
Форма промежуточной аттестации: зачет
(зачет, экзамен)

Разработчик:
Мизяева Н.О., ст. преподаватель
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Заведующая кафедрой
маркетингового менеджмента
Балабанова Л.В., д.э.н., профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)