

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра журналистики**

**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технологии связей с общественностью**

**(Технологии связей с общественностью в управлении  
кризисными ситуациями)**

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

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.


«22» апреля 2020 г.

МП




Программа учебной дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями)» 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

«Технологии связей с общественностью (Технология связей с общественностью в кризисных ситуациях)» является базовой частью 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: «Теория журналистики», «Введение в специальность», «Технологии ССО в сфере государственного управления», «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория общественного мнения».

## 2. 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	2 содержательных модуля, 11 тем	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Профессиональный блок, базовая часть	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	
Год подготовки	4	4
Семестр	7	7
Количество часов	108	108
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	18	6
- лабораторных		
- самостоятельной работы	54	96
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,	7,2	
в т.ч. аудиторных	3	

## 3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели и задачи

**Цель:** дать основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий по ликвидации кризисной ситуации применительно к оперативной деятельности организации, а также раскрыть возможности рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов.

**Задачи:**

- раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций, способы планирования и организации кризисных PR-кампаний;
- дать сравнительную оценку различным вариантам планов коммуникации в условиях кризисной ситуации;
- проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации;
- приобрести знания и практические навыки планирования и осуществления комплекса мероприятий в рамках кризисной коммуникации.

**Требования к результатам освоения дисциплины.** Процесс изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в кризисных ситуациях)» 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):**

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

**б) общепрофессиональных (ОПК):**

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

**в) профессиональных (ПК):****организационно-управленческая деятельность:**

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

**коммуникационная деятельность:**

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

**В результате изучения учебной дисциплины студент должен:**

**знать:**

содержание кризисных коммуникаций как процесса и структуры; основные научные концепции и теории кризисных коммуникаций; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций;

**уметь:**

осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; разрабатывать комплексный план профилактических мероприятий по антикризисной коммуникации;

**владеть:**

стратегиями в области планирования и осуществления коммуникации в условиях кризисной ситуации; способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений; способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<b><i>Содержательный модуль 1. Коммуникационный менеджмент в антикризисном управлении</i></b>	
<b><i>Тема 1.</i></b> Кризис и антикризисный менеджмент.	Понятие, виды и особенности кризисных ситуаций. Цели, задачи и функции PR в кризисных ситуациях. Концептуальные основы организации и применения PR-коммуникаций в кризисных ситуациях. Возможности PR в кризисных ситуациях. PR в системе общественных коммуникаций. Коммуникационная стратегия предприятий, организаций в кризисных ситуациях.
<b><i>Тема 2.</i></b> Управление кризисными коммуникациями.	Формирование антикризисной команды. Выявление причин возникновения кризисной ситуации. Анализ кризисной ситуации. Реальные и потенциальные проблемы. Определение возможных сценариев выхода из кризисной ситуации. Организация работы по сценарию. Консультирование по проблемам кризисного управления. Тактика управления кризисом. Реакция на проявляющийся публично негативный имидж фирмы, организации. Медиа-стратегии в кризисных ситуациях. Мониторинг «обратной связи».
<b><i>Тема 3.</i></b> Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.	PR и дефицит информации в ситуации кризиса. Потеря доверия к информации в кризисе. СМИ как источник развития кризисной ситуации. Проблема дефицита времени. Множественность воздействия. Непредсказуемое развитие событий.
<b><i>Тема 4.</i></b> Управление информацией в кризисной ситуации.	Определение информационной войны. Информационная война как противоборство в информационной сфере и средствах массовой информации. Информационная война как действия для достижения преимуществ при сборе, обработке и использовании информации в военной сфере. Стратегия и тактика информационной войны. Методы

Информационная война.	и технологии информационной войны. PR-воздействие на массовое сознание со стратегическими и тактическими целями. Приёмы распространения негативной информации. Методы информационной защиты. Конкурентная разведка. Фиктивная вакансия. Принципы социальной ответственности организации. Отражение информационных атак.
<b>Тема 5.</b> Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.	Семиотические механизмы воздействия. Коммуникативные механизмы воздействия. Когнитивные механизмы воздействия.
<b>Тема 6.</b> Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта.	Эмоциональный аспект (сильная эмоциональная окраска, чувство враждебности по отношению к противоположной стороне, недоверие, страх, подозрительность). Когнитивный аспект (стремление к упрощению информации, схематизм при оценке фактов, крайняя избирательность восприятия, т.е. воспринимается только та информация, которая согласуется с имеющимися стереотипами, вся остальная игнорируется. В результате восприятие принимает суженный характер).
<b>Содержательный модуль 2. Антикризисное планирование и работа с аудиториями</b>	
<b>Тема 7.</b> Антикризисные внешние коммуникации. СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса.	Антикризисная внешняя коммуникация: понятие, характеристика, задачи, стратегии. Управление в кризисной ситуации. Оперативный мониторинг медиа среды - отслеживание актуальной информации и анализ развития кризисной ситуации. Определение опасных зон, проблем, уязвимых мест внутри и вне компании, потенциально опасных для прибыли, имиджа, конкурентоспособности. Разработка специальной программы, определяющей корпоративную политику и стратегию предприятия, направленную на минимизацию негативных внешних и внутренних воздействий. реализация программы вывода компании из кризиса. <i>Особые задачи антикризисного управления:</i> 1. Поддержание благосклонности к предприятию во внутренней и внешней среде. 2. Завоевание нового или сохранение прежнего рынка.
<b>Тема 8.</b> Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях.	PR и специфические аудитории. Проверенные сообщения. Оперативность. Плохие новости – одновременно. Учет документов. Постоянный контроль. Признание ошибок. Объяснение перспектив.
<b>Тема 9.</b> Пути преодоления внешних кризисов. Антикризисные внутренние коммуникации.	Стратегии преодоления внутренних и внешних кризисов. Процесс переговоров. Мобилизация СМИ. Формула антикризисного PR: сожаление – возмещение – реформы.
<b>Тема 10.</b> Репутационный	Причины репутационного кризиса: односторонний имидж, несбалансированное положение компании, несогласованность

кризис и его преодоление.	факторов успеха, корпоративный брэндинг, корпоративная символика, отсутствие позиции.
<b>Тема 11.</b> Кризисные репутационные стратегии. маркетинга.	<p>Реакция на кризис требует немедленных шагов: Коммуникативная реакция. Ответ на основные вопросы СМИ. Выражение сожаления.</p> <p>Первый шаг - занятие активной позиции и выигрыш времени на подготовку дальнейших шагов, иначе персонал может показаться прессе некомпетентным, а она в ответ станет искать сенсаций в заявлениях посторонних очевидцев.</p> <p>Второй шаг – организованная беседа с прессой с целью не допустить ухода информационного потока в нежелательное русло.</p>

## Тематический план

Содержательный модуль 1. Коммуникационный менеджмент в антикризисном управлении												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа
Тема 1. Кризис и антикризисный менеджмент.	10	2			8			2			8	
Тема 2. Управление кризисными коммуникациями.	4	2	2						2		8	
Тема 3. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.	14	4			10						10	
Тема 4. Управление информацией в кризисной ситуации.	8	4	4								10	
Тема 5. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.	10	2			8			2			10	
Тема 6. Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта.	6	2	4						2		8	
Итого по содержательному модулю 1	52	16	10		26			4	4		54	
Содержательный модуль 2. Антикризисное планирование и работа с аудиториями												
Названия	Количество часов											

содержательных модулей и тем	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа индивидуальн ая работа			лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа индивидуальн ая работа	
<b>Тема 7.</b> Антикризисные внешние коммуникации. СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса.	16	4	2		10						8	
<b>Тема 8.</b> Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях.	12	4			8			2			10	
<b>Тема 9.</b> Пути преодоления внешних кризисов. Антикризисные внутренние коммуникации.	6	4	2						2		8	
<b>Тема 10.</b> Репутационный кризис и его преодоление.	8	4	4								8	
<b>Тема 11.</b> Кризисные репутационные стратегии. маркетинга.	14	4			10						8	
<b>Итого по содержательному модулю 2</b>	56	20	8		28			2	2		42	
<b>Итого:</b>	108	36	18		54			6	6		96	

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

### Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Кризис и антикризисный менеджмент.	2
2	Управление кризисными коммуникациями.	2
3	Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.	4
4	Управление информацией в кризисной ситуации.	4
5	Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.	2
6	Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта.	2
7	Антикризисные внешние коммуникации. СМИ как ключевая	4



	аудитория в ситуации кризиса.	
8	Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях.	4
9	Пути преодоления внешних кризисов. Антикризисные внутренние коммуникации.	4
10	Репутационный кризис и его преодоление.	4
11	Кризисные репутационные стратегии маркетинга.	4
	<b>ВСЕГО</b>	<b>36</b>

### Темы практических занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Связи с общественностью как деятельность.	2
2	Визуальная коммуникация. Вербальная коммуникация. Перформансная коммуникация.	2
3	Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация.	4
4	Современная PR концепция. Изменение роли коммуникаций в информационном обществе.	2
5	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций и PR. Эффективное воздействие как задача.	4
6	Семиотические механизмы воздействия. Коммуникативные механизмы воздействия. Когнитивные механизмы воздействия.	4
	<b>ВСЕГО</b>	<b>18</b>

## 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

### Организация самостоятельной работы студентов

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Сущность и особенности PR в кризисных ситуациях	8
2	Организация PR-деятельности в кризисных ситуациях	10
3	Консультирование по проблемам кризисного управления. Тактика управления кризисом.	8
4	Преодоление внутренних и внешних конфликтов	10
5	Методы и технологии информационной войны и информационной защиты	8
6	Ребрендинг в кризисных ситуациях	10
	<b>ВСЕГО</b>	<b>54</b>

## 7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальные задания по дисциплине «Технологии ССО (Технологии ССО в кризисных ситуациях)» учебным планом не предусмотрены.

## 8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Сущность и особенности PR в кризисных ситуациях.
2. Понятие, виды и особенности кризисных ситуаций.
3. Концептуальные основы организации и применения PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.
4. Виды и средства PR-коммуникаций, применяемые в кризисных ситуациях.
5. Технологии распространения средств PR в кризисных ситуациях.
6. Особенности применения средств PR в кризисных ситуациях.
7. Организация PR-деятельности в кризисных ситуациях
8. PR-менеджмент в кризисных ситуациях.
9. Консультирование по проблемам кризисного управления.
10. Тактика управления кризисом.
11. Применение PR-коммуникаций в разрешении внутренних конфликтов.
12. Возможности PR-коммуникаций в преодолении внешних конфликтов.
13. Методы и технологии информационной войны и информационной защиты.
14. Организационные основы ребрендинга в кризисных ситуациях.

## 9. 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* **7**

*Учебная дисциплина* **Технологии связей с общественностью (Технологии ССО в кризисных ситуациях)**

### МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

#### ВАРИАНТ №1

1. Задачи, функции антикризисного PR.
2. На какие аспекты кризиса обращают внимание антикризисные PR?
3. Понятие кризиса, рисков и конфликта. Классификации кризисов (примеры).

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующая кафедрой

\_\_\_\_\_  
И.М. Артамонова

Преподаватель

\_\_\_\_\_  
О.А. Капсамун

#### Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	10
<b>Всего</b>	<b>25</b>

## 10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

*Теоретические вопросы к зачету*

1. Управление кризисными ситуациями.
2. Внутренняя и внешняя среда организации.
3. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
4. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий
5. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях
6. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций
7. Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны
8. Сущность и особенности PR в кризисных ситуациях.
9. Понятие, виды и особенности кризисных ситуаций.
10. Концептуальные основы организации и применения PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.
11. Виды и средства PR-коммуникаций, применяемые в кризисных ситуациях.
12. Технологии распространения средств PR в кризисных ситуациях.
13. Особенности применения средств PR в кризисных ситуациях.
14. Организация PR-деятельности в кризисных ситуациях
15. PR-менеджмент в кризисных ситуациях.
16. Консультирование по проблемам кризисного управления.
17. Тактика управления кризисом.
18. Применение PR-коммуникаций в разрешении внутренних конфликтов.
19. Возможности PR-коммуникаций в преодолении внешних конфликтов.
20. Методы и технологии информационной войны и информационной защиты.
21. Организационные основы ребрендинга в кризисных ситуациях.

## 11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

### ***1. Антикризисный менеджмент – это***

- а) определенного вида деятельность по преодолению состояния (имеется в виду кризисная ситуация), которое является угрозой для функционирования организации или предприятия и главным вопросом при котором становится вопрос существования;
- б) выполнение функций планирования, организации и руководства любым предприятием, учреждением;
- в) это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

### ***2. Продолжите определение «Кризис – это...»:***

- а) непродолжительная потеря платежеспособности предприятия;
- б) возможность возникновения убытка, измеряемого в денежном выражении;
- в) маловероятное событие, способное угрожать жизнедеятельности организации, характеризующееся неопределенными причинами и трудно предсказуемыми последствиями, требующее принятия немедленных решений.

### ***3. Антикризисное управление заключается в ... потенциального риска для нормальной работы организации***

- а) исключении;
- б) максимизации;
- в) минимизации.

### ***4. Какие подходы выделяет системный характер кризисного управления:***

- а) психологический;
- б) социально-политический;
- в) структурно-политический;
- г) все варианты.

## 12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

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

Организационно-учебная работа студента	СРС		Самостоятельная работа	Всего
	Модульный контроль	Индивидуальная работа		
Мах 50 баллов	мак 25 баллов	мак 15 баллов	мак 10 баллов	100 баллов
		разработка проекта по решению условной кризисной ситуации	подготовка реферата	

*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)
<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

## 13. 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.

## 14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<b>Основная литература</b>			
1.	Веснин, В. Р. Стратегическое управление : учебник / В. Р. Веснин. - Москва : Проспект, 2015. - 328 с.	1	+
2.	Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Отв. - М.М. Васильева. - Москва: Наука, 2016. - 495 с.	-	+
3.	GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник и практикум. - М.: Юрайт, 2015. - 316 с	-	+
4.	Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. - М.: КноРус, 2015. - 224 с.	-	+
5.	Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть / А.Г. Киселев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 432 с.	-	+
<b>Дополнительная литература</b>			
6.	Социально-экономические проблемы информационного общества [Текст] = Social and economic problems of information society. Вып. 2 / под ред. Л. Г. Мельника, М. В. Брюханова ; [Л. Г. Мельник, М. В. Брюханов, В. А. Руденко и др.]. - Сумы : Унив. кн., 2010. - 595 с.	1	+
7.	Ласковец, Е В Связи С Общественностью И Реклама: Учебно-Методическое Пособие / Ласковец Е В. - Москва: Высшая школа, 2015. - 884 с.	-	+
8.	Связи с общественностью. Шпаргалка. - М.: Окей-книга, 2015. - 716 с.	-	+

## 15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

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

## 16. 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