

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала


Г. Н. Соловьев
«31» марта 2022



Баженова С.А.

Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Новороссийск, 2022

Баженова С.А. Рабочая программа дисциплины «Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения очная. – М.: Финансовый университет. Департамент менеджмента и инноваций, 2022. – 33 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Содержание

1. Наименование дисциплины	5
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижений и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1. Содержание дисциплины	7
5.2. Учебно – тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	30
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	32
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	33

1. Наименование дисциплины

«Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижений и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-1	Продукт профессиональной деятельности	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа-тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает медиа-тексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2	Общество и государство	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или)	1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией. 2. Прогнозирует

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		медиапродуктах, (или) коммуникационных продуктах	и тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.
ОПК-4	Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями. 2. Ориентируется в профессиональной деятельности на существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной обязательной части общегуманитарного блока направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е./180	180
Контактная работа - Аудиторные занятия	64	64
<i>Лекции</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>50</i>	<i>50</i>
Самостоятельная работа	116	116

Вид текущего контроля	<i>Проектная работа</i>	<i>Проектная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>зачет</i>	<i>зачет</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Проект-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность. Основные классификационные признаки проектов. Определение проекта. Аспекты проекта: сроки, бюджет и качество результата. Четыре функции управления проектом. Жизненный цикл проекта. Области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные факторы.

Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования программ в рекламе и PR

Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей. Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение).

Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами.

Граничные условия применения популярных технологий управления проектами.

Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.

Тема 3. Основные аспекты проектной деятельности

Цели управления проектом. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Источники идей проекта (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии и т.д.). Предварительная идентификация идеи проекта. Определение средств осуществления проекта, рынков, технологий, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов. Основные этапы управления проектом: организационные согласования, разделение деятельности на стадии и подготовка подробного расписания, мобилизация и распределение ресурсов, приобретение товаров и услуг, управление персоналом, управление осуществлением перемен, финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение бухгалтерского учета, аудит), административная деятельность, контроль качества, управленческие информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).

Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью

Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные

проекты в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций. Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью.

5.2. Учебно – тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Проект-менеджмент в рекламе и связях с общественностью	43	14	2	12	29	тест
2.	Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования программ в рекламе и PR	47	16	4	12	31	тест
3.	Тема 3. Основные аспекты проектной деятельности	43	16	4	12	27	тест
4.	Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	47	18	4	14	29	тест
5.	В целом по дисциплине	180	64	14	50	116	Согласно учебному плану: проектная работа

	Итого	180	64	14	50	116	
--	-------	-----	----	----	----	-----	--

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Проект-менеджмент в рекламе и связях с общественностью	Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность. Основные классификационные признаки проектов. Определение проекта. Аспекты проекта: сроки, бюджет и качество результата. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, групповой разбор мини-кейсов.
Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования программ в рекламе и PR	Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, групповой разбор мини-кейсов.
Тема 3. Основные аспекты проектной деятельности	Цели управления проектом. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Источники идей проекта (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии и т.д.). Предварительная идентификация идеи проекта. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, разбор мини-кейсов, групповая дискуссия, тестирование
Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 3, 4, 5, 8; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, разбор мини-кейсов, групповая дискуссия, тестирование

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<p>Тема 1. Проект-менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Четыре функции управления проектом. Жизненный цикл проекта. Области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные факторы.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Подготовка к семинарским и практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов.</p>
<p>Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования программ в рекламе и PR</p>	<p>Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение). Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами. Граничные условия применения популярных технологий управления проектами. Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 110.</p>	<p>Подготовка к семинарским и практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов.</p>
<p>Тема 3. Основные аспекты проектной деятельности</p>	<p>Определение средств осуществления проекта, рынков, технологий, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов. Основные этапы управления проектом: организационные согласования, разделение деятельности на стадии и подготовка подробного расписания, мобилизация и распределение ресурсов, приобретение</p>	<p>Подготовка к семинарским и практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов.</p>

	<p>товаров и услуг, управление персоналом, управление осуществлением перемен, финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение бухгалтерского учета, аудит), административная деятельность, контроль качества, управленческие информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций. Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 3, 4, 5, 8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Подготовка к семинарским и практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов.</p>

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примеры проектной работы

1. Примеры успешной реализации рекламных и PR-проектов компаниями, производящими товарную продукцию.
2. Примеры успешной реализации рекламных и PR-проектов компаниями, производящими услуги.
3. Примеры успешной реализации PR-проектов на государственном и межгосударственном уровне.
4. Краткая характеристика современных инструментов управления проектами.
5. Понятие уникальности проектов в PR и связях с общественностью.
6. Условия управления проектами внешними операторами. Достоинства и недостатки.

7. Условия управления проектами внутренним оператором. Достоинства и недостатки.

8. Задачи команды, управляющей реализацией PR-проектами

9. Условия, необходимые для подготовки PR-проектов.

10. Этапы подготовки проектов

11. Цели и задачи этапа предпроектной подготовки.

12. Инструменты оперативного управления проектами.

13. Инструменты стратегического управления проектами.

14. Корректировка стратегии проекта.

15. Роль стратегии проекта для его реализации.

16 Scrum как метод управления проектами.

17 Методы коллективного творчества в проектной деятельности.

18 Проявления уникальности PR-проектов.

19.Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.

20. Основные фазы жизненного цикла проекта.

21.Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.

22.Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.

23.Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.

24.Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.

25.Примерная структура бизнес-плана.

Примерный перечень заданий для текущего и промежуточного тестирования

1. Связи с общественностью - это ...

А) одна из наиболее интенсивно развивающихся функций менеджмента и быстро растущая сфера маркетинговых коммуникаций;

Б) наука, искусство, совокупность методов, приёмов, технологий, используемых субъектом для достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации;

В) усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот;

Г) все варианты верны.

2. "PR - коммуникативный менеджмент", кто является автором данного определения?

А) С. Блэк;

Б) Э. Бернайз;

В) Б. Ерёмин;

Г) И. Алёшина.

3. Верно ли утверждение:

Основная задача СО - налаживание отношений между различными аудиториями, зачастую противоположными по своим интересам и задачам.

А) Верно;

Б) Неверно.

4. Кто впервые употребил термин "public relations"?

А) Т. Джефферсон;

Б) Э. Бернайз;

В) И. Кант;

Г) С. Блэк.

5. Верно ли утверждение:

PR связаны с краткосрочной продажей товара, это реклама недалекого действия.

А) Верно;

Б) Неверно.

6. Кто написал первую книгу по PR "Кристаллизация общественного мнения"?

А) И. Алёшина;

Б) С.Блэк;

В) Х. Берсон;

Г) Э Бернайз.

7. В каком году в Лондоне была открыта Международная Ассоциация PR?

А) 1930;

Б) 1943;

- В) 1955;
- Г) 1932.

8. В какой эпохе, по мнению В. Кузнецова, обнаруживаются генетические формы связей с общественностью?

- А) палеолит;
- Б) энеолит;
- В) неолит;
- Г) мезолит.

9. Как звали знаменитых античных ораторов, прославившихся своими яркими речами?

- А) Аристотель, Платон;
- Б) Сократ, Демосфен;

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Таблица 6

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые задания контрольные
ОПК-1	Продукт профессиональной деятельности	<p>1. Создает медиа-тексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>1. Связи с общественностью - это ...</p> <p>А) одна из наиболее интенсивно развивающихся функций менеджмента и быстро растущая сфера маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Б) наука, искусство, совокупность методов, приёмов, технологий, используемых субъектом для достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации;</p> <p>В) усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот;</p> <p>Г) все варианты верны.</p> <p>2. "PR - коммуникативный менеджмент", кто является автором данного определения?</p> <p>А) С. Блэк;</p> <p>Б) Э. Бернайз;</p> <p>В) Б. Ерёмин;</p> <p>Г) И. Алёшина.</p> <p>3. Верно ли утверждение: Основная задача СО - налаживание отношений между различными аудиториями, зачастую противоположными по своим интересам и задачам.</p>

			<p>А) Верно; Б) Неверно.</p>
ОПК-2	Общество и государство	<p>1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.</p> <p>2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.</p>	<p>1. Кто впервые употребил термин "public relations"?</p> <p>А) Т. Джефферсон; Б) Э. Бернайз; В) И. Кант; Г) С. Блэк.</p> <p>2. Верно ли утверждение: PR связаны с краткосрочной продажей товара, это реклама недалекого действия.</p> <p>А) Верно; Б) Неверно.</p> <p>3. Кто написал первую книгу по PR "Кристаллизация общественного мнения"?</p> <p>А) И. Алёшина; Б) С.Блэк; В) Х. Берсон; Г) Э Бернайз.</p>
ОПК-4	Аудитория	<p>1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями.</p> <p>2. Ориентируется в профессиональной деятельности на существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения.</p>	<p>1. В каком году в Лондоне была открыта Международная Ассоциация PR?</p> <p>А) 1930; Б) 1943; В) 1955; Г) 1932.</p> <p>2. В какой эпохе, по мнению В. Кузнецова, обнаруживаются генетические формы связей с общественностью?</p> <p>А) палеолит; Б) энеолит; В) неолит; Г) мезолит.</p>

			<p>3. Как звали знаменитых античных ораторов, прославившихся своими яркими речами? А) Аристотель, Платон; Б) Сократ, Демосфен;</p>
--	--	--	--

Перечень вопросов к экзамену

1. Определение проекта. Различие в формулировках определения.
2. Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к рекламным PR-проектам.
3. Основные подходы к изучению проектной деятельности.
4. Основные характеристики проекта и зависимость между ними.
5. Основные участники проекта и их функции. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.
6. Признаки классификации проектов.
7. Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.
8. Основные фазы жизненного цикла проекта.
9. Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.
10. Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.
11. Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.
12. Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.
13. Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.
14. Примерная структура бизнес плана.
15. Понятие об устойчивости проекта.
16. Дайте классификацию проектных рисков. Назовите основные методы управления рисками.
17. Методы качественного анализа проектных рисков.

18. Основные методы количественного анализа проектных рисков.
19. Коллективная генерация идей в управлении проектами в рекламе и PR. Метод мозгового штурма.
20. Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей.
21. Использование программных средств в проектировании.
22. Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.
23. Тактика работы со СМИ в управлении проектами.
24. Креативные основы проектирования в рекламе и PR.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Афонин А.М. Управление проектами [Текст]: учебное пособие / Александр Михайлович Афонин, Юрий Николаевич Царегородцев, Светлана Александровна Петрова. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2020. - 184 с. ЭБС ИНФРА-М.
2. Беликова И.П. Управление проектами [Текст] / И.П. Беликова. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. - 80 с. ЭБС ИНФРА-М.

Дополнительная литература:

1. Ильина О.Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие [Электронный ресурс]: монография / О.Н. Ильина. - 1. – М.: Вузовский учебник, 2020. - 208 с. - ISBN 9785955804002
2. Никонова И.А. Проектный анализ и проектное финансирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / Никонова И.А. – М.: Альпина Паблишер, 2021. - 153 с. ЭБС ИНФРА-М.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
7. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
8. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

Интернет-ресурсы

Адрес	Название ресурса
https://hbr-russia.ru/	Сайт электронного периодического издания «Harvard Business Review Россия» («Гарвард Бизнес Ревью Россия»)
http://www.uptp.ru/	Сайт международного журнала «Проблемы теории и практики управления»
http://www.mevriz.ru/	Сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»
http://info.e-c-m.ru/	Сайт журнала «Эффективное антикризисное управление. Практика»
https://secretmag.ru/	Сайт журнала «Секрет фирмы»
https://maginnov.ru/ http://sk.ru/	Сайт журнала «Инновации»
http://www.garant.ru	Сайт Фонда развития инновационного центра «Сколково»

	Сайт информационно-правовой системы «Гарант»
http://www.consultant.ru	Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс»

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на ИОП, информационный стенд департамента/кафедры/филиала, др.)
Методические указания к лекциям	2017	https://portal.fa.ru/Files/Data/34de24a0-c29a-4be3b574e5c14b7818b3/Слайды%20лекций.pdf
Методические указания к практическим занятиям	2017	https://portal.fa.ru/Files/Data/33191027-c29a-4cde-809c-e545b28d5919/Sovsana_umk_magMen.pdf
Методические указания самостоятельной работе	2017	https://portal.fa.ru/Files/Data/33191027-c29a-4cde809c-e545b28d5919/Sovsana_umk_magMen.pdf

Методические рекомендации по выполнению проектной работы

Цель выполнения домашнего творческого задания заключается в закреплении, углублении и систематизации теоретических знаний и практических навыков, полученных студентами в ходе изучения дисциплины.

Проектная работа должна содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Основные элементы домашней творческой работы:

- Титульный лист;
- Оглавление;
- Введение;
- Основная часть;
- Заключение;
- Список использованной литературы; - Приложения
(при необходимости).

Во введении (ориентировочно 1 страница) должны быть отражены следующие основные моменты: актуальность выбранной темы ПР; цель и задачи ПР; краткое описание используемого инструментария, этапов и структуры работы; краткая характеристика использованных при подготовке работы источников информации; краткая характеристика полученных результатов и ответ на сформулированный исследовательский вопрос.

Основная часть ПР должна состоять из двух разделов. Первый раздел ПР должен включать рассмотрение и всесторонний анализ выбранной темы. При написании данного раздела необходимо провести изучение российских и зарубежных научных публикаций по теме ПР, на основе проведенного исследования сформировать собственное мнение по рассматриваемой проблеме. Вторая часть ПР предполагает проведение комплексного анализа выбранного объекта исследования. Объектом исследования может быть выбрана любая социально-экономическая система, функционирующая в сфере спортивной индустрии.

В заключении необходимо четко сформулировать основные выводы, к которым пришел автор в результате проведенной работы и разработать мероприятия, которые позволят укрепить положение изучаемой компании на рынке.

В процессе выполнения задания предстоит выполнить следующие виды работ:

1. Составить план задания.
2. Отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме.
3. Систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме.
4. Представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

При оценке работы учитывается правильность ответов на задания, отсутствие содержательных и терминологических ошибок, соответствие нормативным правовым актам.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

- Windows Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint)
- Антивирус Kaspersky

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Гарант»
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.

- не используются

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

1. Связи с общественностью – это ...

А) одна из наиболее интенсивно развивающихся функций менеджмента и быстро растущая сфера маркетинговых коммуникаций;

- Б) наука, искусство, совокупность методов, приёмов, технологий, используемых субъектом для достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации;
- В) усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот;
- Г) все варианты верны.

2. "PR - коммуникативный менеджмент", кто является автором данного определения?

- А) С. Блэк;
- Б) Э. Бернайз;
- В) Б. Ерёмин;
- Г) И. Алёшина.

3. Верно ли утверждение:

Основная задача СО - налаживание отношений между различными аудиториями, зачастую противоположными по своим интересам и задачам.

- А) Верно;
- Б) Неверно.

4. Кто впервые употребил термин "public relations"?

- А) Т. Джефферсон;
- Б) Э. Бернайз;
- В) И. Кант;
- Г) С. Блэк.

5. Верно ли утверждение:

PR связаны с краткосрочной продажей товара, это реклама недалекого действия.

- А) Верно;
- Б) Неверно.

6. Кто написал первую книгу по PR "Кристаллизация общественного мнения"?

- А) И. Алёшина;
- Б) С.Блэк;
- В) Х. Берсон;
- Г) Э Бернайз.

7. В каком году в Лондоне была открыта Международная Ассоциация PR?

А) 1930;

Б) 1943;

В) 1955;

Г) 1932.

8. В какой эпохе, по мнению В. Кузнецова, обнаруживаются генетические формы связей с общественностью?

А) палеолит;

Б) энеолит;

В) неолит;

Г) мезолит.

9. Как звали знаменитых античных ораторов, прославившихся своими яркими речами?

А) Аристотель, Платон;

Б) Сократ, Демосфен;