

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Косенок Сергей Михайлович

Должность: ректор

Дата подписания: 01.07.2025 11:42:26

Уникальный программный ключ:

e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Ханты-Мансийского автономного округа-Югры

"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР

11 июня 2025г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

Основы связей с общественностью

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой

Учебный план

Психологии

b420301-ССО-24-1.plx

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

15 ЗЕТ

Часов по учебному плану

540

в том числе:

аудиторные занятия

192

самостоятельная работа

267

часов на контроль

81

Виды контроля в семестрах:

экзамены 2, 3, 1

курсовые проекты 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		Итого	
Неделя	17 4/6		17 2/6		17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32	32	32	96	96
Практические	32	32	32	32	32	32	96	96
Итого ауд.	64	64	64	64	64	64	192	192
Контактная работа	64	64	64	64	64	64	192	192
Сам. работа	89	89	89	89	89	89	267	267
Часы на контроль	27	27	27	27	27	27	81	81
Итого	180	180	180	180	180	180	540	540

Программу составил(и):

доцент, Зав.к., Шевкунов А.Н.;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Основы связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11 июня 2025г., протокол УМС №5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос.н., доц. Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является получение студентами базовых представлений о технике и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций, видах, средствах, формах и методах связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса. Лекционный и практический курс основан на критическом обобщении и сравнительном анализе теоретических исследований и практических наработок российской и зарубежных профессиональных школ «Связей с общественностью» и носит проблемно-прикладной характер. Связи с общественностью рассматриваются как целенаправленная, планомерная, постоянно осуществляемая профессиональная деятельность, направленная на обеспечение двустороннего, взаимовыгодного взаимодействия между: различными институтами общества (государственными учреждениями, коммерческими структурами, общественными организациями, политическими партиями и т.д.) и целевыми группами общественности; юридическими лицами, международными сообществами, подразделениями одной организации и т.д.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	курсы школьных дисциплин: русский язык и обществознание
2.1.2	Введение в профессиональную деятельность
2.1.3	Основы российской государственности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	
2.2.2	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.2.3	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.2.4	Конфликтология
2.2.5	Основы журналистики
2.2.6	Теория и практика рекламы
2.2.7	Основы маркетинга
2.2.8	Основы проектирования в профессиональной деятельности
2.2.9	Основы проектной деятельности
2.2.10	Теория и практика массовой информации
2.2.11	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.12	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2.13	История и актуальные проблемы журналистики и связей с общественностью
2.2.14	Межкультурная коммуникация
2.2.15	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.2.16	Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью
2.2.17	Социология массовых коммуникаций
2.2.18	Территориальный брендинг
2.2.19	Копирайтинг
2.2.20	Корпоративная культура
2.2.21	Производственная практика, профессионально-творческая практика
2.2.22	Психология массовых коммуникаций
2.2.23	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.24	Семиотика
2.2.25	Спонсоринг и фандрайзинг
2.2.26	Брендинг
2.2.27	Интегрированное продвижение в интернете и социальных медиа
2.2.28	Консалтинг в связях с общественностью
2.2.29	Медиапланирование
2.2.30	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.31	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.2.32	Репутация организаций
2.2.33	Бизнеспланирование
2.2.34	Коммуникации в постиндустриальном обществе

2.2.35	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.36	Немедийные коммуникации
2.2.37	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.38	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные категории теории связей с общественностью, рекламы и общей коммуникативной теории;
3.1.2	- сущность, специфику, значение и механизмы интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК);
3.1.3	- принципы организации работы и специфику работы подразделений по связям с общественностью и рекламе в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях и движениях;
3.1.4	- содержание основных правовых документов в области связей с общественностью и рекламы;
3.1.5	- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
3.1.6	- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
3.2	Уметь:
3.2.1	- учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;
3.2.2	- использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основы связей с общественностью					
1.1	Экономические, социальные и политические причины возникновения и развития связей с общественностью /Лек/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.2	Экономические, социальные и политические причины возникновения и развития связей с общественностью /Пр/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.3	Экономические, социальные и политические причины возникновения и развития связей с общественностью /Ср/	1	32	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	

1.4	Сущность, содержание, принципы и основные модели PR /Лек/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.5	Сущность, содержание, принципы и основные модели PR /Пр/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.6	Сущность, содержание, принципы и основные модели PR /Ср/	1	29	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.7	Общественное мнение как основной объект связей с общественностью /Лек/	1	12	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.8	Общественное мнение как основной объект связей с общественностью /Пр/	1	12	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.9	Общественное мнение как основной объект связей с общественностью /Ср/	1	28	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.10	/Контр.раб./	1	0			
1.11	/Экзамен/	1	27		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	
1.12	Функции специалиста по связям с общественностью /Лек/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.13	Функции специалиста по связям с общественностью /Пр/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.14	Функции специалиста по связям с общественностью /Ср/	2	26	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.15	Функция программирования /Лек/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	

1.16	Функция программирования /Пр/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.17	Функция программирования /Ср/	2	23	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.18	Функция взаимосвязи /Лек/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.19	Функция взаимосвязи /Пр/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.20	Функция взаимосвязи /Ср/	2	20	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.21	Подготовка информационных материалов для внешних и внутренних групп /Лек/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.22	Подготовка информационных материалов для внешних и внутренних групп /Пр/	2	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.23	Подготовка информационных материалов для внешних и внутренних групп /Ср/	2	20	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.24	/Контр.раб./	2	0			
1.25	/Экзамен/	2	27			
1.26	Установление системы распространения информации через различные СМИ /Лек/	3	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.27	Установление системы распространения информации через различные СМИ /Ср/	3	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.28	Установление системы распространения информации через различные СМИ /Пр/	3	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кузнецов В. Ф.	Связи с общественностью. Теория и технологии: Учебник	Москва: Аспект Пресс, 2009, электронный ресурс	1
Л1.2	Квят А. Г.	Методологические основы связей с общественностью: Курс лекций	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012, электронный ресурс	1
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрынцев С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В., Старенченко Ю. Л.	Связи с общественностью как социальная инженерия: Учебник	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Варакута С. А.	Связи с общественностью: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2009, электронный	1
Л2.2	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014, электронный	1
Л2.3	Чумиков А. Н.	PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2014, электронный ресурс	1
Л2.4	Борщевский Г. А.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л2.5	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

Л2.6	Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рушин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гульятеева В. Ю.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.7	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л2.8	Чумиков А. Н.	Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Бирюкова Н. С., Шевкунов А. Н.	Подготовка доклада и основные формы публикаций: методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2009	53
Л3.2	Ищенко О. В.	Связи с общественностью в управлении: методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям и выполнению контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2019, электронный ресурс	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: www.sovetnik.ru			
Э2	Социальная реклама.ру – сайт посвященный социальной рекламе в России. Точка доступа: http://www.socreklama.ru/			
Э3	http://www.pr-proba.ru/ – Конкурс на получение премии в области связей с общественностью			
Э4	http://www.raso.ru/ – РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью.			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/			
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
7.1	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.			