МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКИЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ИНСТИТУТ – ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» В Г. ЗЕРНОГРАДЕ

УТВЕРЖДАЮ
Директор

ГЛОБИН АНДРЕЙ НИКОЛАЕВИЧ
Подписано цифровой подписью: ГЛОБИН АНДРЕЙ НИКОЛАЕВИЧ
Дата: 2026.03.31 10:34:28 +03'00'

А.Н. Глобин

«__31__»____марта_____2026___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины ФТД.03 «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Производственный менеджмент»

Факультет «Экономика и управление территориями»

Кафедра «Гуманитарные дисциплины и иностранные языки»

Форма обучения очная, очно-заочная

Квалификация выпускника – бакалавр

Зерноград – 2026

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1. ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» августа 2020 г. Приказ № 970.

2. Учебный план по профилю подготовки «Производственный менеджмент» (год начала подготовки 2026) одобрен Ученым советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ
Протокол № 8 от «12» февраля 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия » одобрена на заседании кафедры «Гуманитарные дисциплины и иностранные языки»
Протокол № 8 от «19» марта 2026 г.

Заведующий кафедрой
к.ист.н., доцент А.Н. Кабанов

Рабочая программа учебной дисциплины «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия» рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии по направлению подготовки 38.03.02 и 38.04.02 «Менеджмент»
Протокол № 5 от «30» марта 2026 г.

Председатель методической комиссии
канд. тех. наук, доцент И.В. Украинцева

Разработчик:
д.ф.н., профессор Т.М. Зуева

СОДЕРЖАНИЕ

	с.
1. Вводная часть……...	4
1.1. Цели освоения учебной дисциплины……..	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО……	4
1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программ……	5
2. Основная часть…….....	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы…….....	7
2.2. Содержание учебной дисциплины…….....	9
2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля……..	11
2.2.2. Лабораторный практикум (не предусмотрен)…….	11
2.2.3. Практические занятия (семинары) (не предусмотрен)…….	12
2.3. Самостоятельная работа студента……..	12
3. Образовательные технологии…….	13
3.1. Интерактивные образовательные технологии……..	13
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины ……	14
4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств……	14
4.2. Примерные темы рефератов……	15
4.3. Тесты промежуточного контроля (не предусмотрены)……	15
4.4. Варианты контрольных заданий (не предусмотрены)…….	15
4.5. Список вопросов к зачету……..……...	16
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины ……	17
5.1. Основная литература……	17
5.2. Дополнительная литература……	18
5.3. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и другие Интернет-ресурсы…….	19
5.4. Требования к программному обеспечению учебного процесса……..…	19
5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся……	21
6. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины……..	22
7. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины...	23
Приложение 1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестаци	

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия» является формирование у студентов теоретических и методологических знаний и практических навыков по улучшению взаимоотношений между фирмой и общественностью, а также теми, кто вступает с ней в деловые контакты.

Задачами изучения курса являются:

- ознакомить студентов с теоретическими концепциями, методологическими и методическими подходами, а также практическими основами формирования составляющих репутационного капитала;
- сформировать понимание вопросов координации взаимоотношений руководителя, средств массовой информации и PR-менеджеров;
- научить проводить обоснование экономической и социальной эффективности управления человеческими ресурсами;
- подготовить студентов к практической деятельности к принятию решений в определенном коммуникативном пространстве.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

1.2.1. Учебная дисциплина «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия» относится к факультативному циклу структуры ОПОП бакалавриата.

1.2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- русский язык и культура речи;
- информатика

1.2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- маркетинг.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций
Изучение дисциплины направлено на формирование универсальных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
1	2	3	4
УК 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные мнения и суждения. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности	Знать: структуру и цели плана стратегического планирования, принятие стратегических решений, сегментированные PR - планирование. Применение метода Фокус-группы PR -исследования Уметь: работать и определять свою роль в команде, использовать формальные и неформальные каналы общения с сохранением деловой репутации как нематериального актива и инструмента влияния корпоративный имидж Владеть: технологиями создания корпоративного имиджа, динамикой PR - планирования, нейролингвистическим программированием (НЛП) и деловой коммуникацией

ПК-1	Способен организовывать и осуществлять сбор и подготовку исходных данных в своей профессиональной деятельности	ПК 1.1. Собирает и формирует информацию в системе управления организацией	Знать: PR – инструментарий, блогосферу PR -, манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR Уметь: использовать пресс-конференции, брифинги, совещания, съезды, круглые столы, пресс-туры, пресс-релизы в системе управления организаций. Владеть: навыками сбора и подготовки исходных данных в своей профессиональной деятельности, создания имени бренда организации средствами PR

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр**
			2
Аудиторные занятия (всего)		**18**	**18**
В том числе:			
Лекции (Л)		**18**	**18**
Практические занятия (ПЗ)		**-**	**-**
Лабораторные работы		**-**	**-**
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**18**	**18**
в том числе			
Курсовой проект (работа)	КП		
	КР		
Реферат (Реф)/эссе		**5**	**5**
Практический рейтинг			
Контрольная / Расчетная / Расчетно-графическая работа			
Самоподготовка: проработка конспектов лекций, учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю		**13**	**13**
СРС в период промежуточной аттестации			
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)	**З**	**З**
	Экзамен (Э)		
ИТОГО:	Часов	**36**	**36**
Общая трудоемкость	зач. единиц	**1**	**1**

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очно-заочная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр**
			2
Аудиторные занятия (всего)		**8**	**8**
В том числе:			
Лекции (Л)		**8**	**8**
Практические занятия (ПЗ)		**-**	**-**
Лабораторные работы		**-**	**-**
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**24**	**24**
в том числе			
Курсовой проект (работа)	КП		
	КР		
Реферат (Реф)/эссе		**9**	**9**
Практический рейтинг			
Контрольная / Расчетная / Расчетно-графическая работа			
Самоподготовка: проработка конспектов лекций, учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю		**15**	**15**
СРС в период промежуточной аттестации		**4**	**4**
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)	**З**	**З**
	Экзамен (Э)		
ИТОГО:	Часов	**36**	**36**
Общая трудоемкость	зач. единиц	**1**	**1**

2.2. Содержание учебной дисциплины

Содержание разделов учебной дисциплины

Очная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3	
2	**Раздел №1.** Сущность PR. История возникновения и PR- планирование	1.1.Управление общественными связями в системе коммуникаций. Содержание и стуркура PR.	УК-1.3, УК-1.4
		1.2.Функции PR в области применения. Основные принципы PR.	
		1.3. История возникновения и формирования различных школ паблик рилейшнз.	
		1.4 Цели и задачи PR - планирования	
		1.5. Сегментированное PR – планирование	
2	**Раздел №2** Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	2.1. PR-инстрементарий: пресс-конференция, брифинг, совещание, съезд, круглый стол, пресс-тур, пресс-релиз.	УК-1.3, ПК-1.1
		2.2. Блогосфера PR. Манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR.	
		2.3. Брендинг и ребрендинг. Брендовая исключительность. Создание имени бренда стредствами PR.	
		2.4 Понятие корпоративного имиджа, его основные элементы.	
		1.5. Применение метода Фокус-групп в PR – исследования .	

2.2. Содержание учебной дисциплины

Содержание разделов учебной дисциплины

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3	
2	**Раздел №1.** Сущность PR. История возникновения и PR- планирование	1.3.Управление общественными связями в системе коммуникаций. Содержание и стуркура PR.	УК-1.3, УК-1.4
		1.4.Функции PR в области применения. Основные принципы PR.	
		1.3. История возникновения и формирования различных школ паблик рилейшнз.	
		1.4 Цели и задачи PR - планирования	
		1.5. Сегментированное PR – планирование	
2	**Раздел №2** Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	2.1. PR-инстрементарий: пресс-конференция, брифинг, совещание, съезд, круглый стол, пресс-тур, пресс-релиз.	УК-1.3, ПК-1.1
		2.2. Блогосфера PR. Манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR.	
		2.3. Брендинг и ребрендинг. Брендовая исключительность. Создание имени бренда стредствами PR.	
		2.4 Понятие корпоративного имиджа, его основные элементы.	
		1.6. Применение метода Фокус-групп в PR – исследования .	

2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля
Очная форма обучения

№ Семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра*)
		Л	С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7
2	**Раздел № 1.** Сущность PR. История возникновения и развития.	8		8	16	
	Раздел № 2 Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	10		10	20	
	ИТОГО:	18	-	18	36	

2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля
Очно-заочная форма обучения

№ Семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра*)
		Л	С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7
2	**Раздел № 1.** Сущность PR. История возникновения и развития.	4		12	16	
	Раздел № 2 Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	4		12	16	
2	**Зачет**				4	
	ИТОГО:	8	-	24	36	

2.2.2. Лабораторный практикум

Не предусмотрен.

2.2.3. Практические занятия

Не предусмотрены.

2.3. Самостоятельная работа студента
Очная форма обучения

№ семестр	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего час
1	2	3	4
2	**Раздел № 1.** Сущность PR. История возникновения и развития.	Проработка конспектов лекций, учебных пособий.	8
	Раздел № 2 Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	Проработка конспектов лекций учебных пособий и учебников. – 5 Написание рефератов – 3 Подготовка к текущему контролю – 2 ч.	10
ИТОГО часов в семестре:			18

2.3. Самостоятельная работа студента
Очно-заочная форма обучения

№ семестр	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего час
1	2	3	4
2	**Раздел № 1.** Сущность PR. История возникновения и развития.	Проработка конспектов лекций, учебных пособий.	12
	Раздел № 2 Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	Проработка конспектов лекций учебных пособий и учебников. – 8 Написание рефератов – 5 Подготовка к текущему контролю – 2 ч.	12
ИТОГО часов в семестре:			24

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Очная форма обучения

№ семестра	Виды учебной Работы	Образовательные Технологии	Особенности проведения занятий (индивид./ групповые)
1	2	3	4
2	Лекции № 1	Проблемное изложение	Групповые
	Лекция № 2	Проблемное изложение	Групповые
	Лекция № 3	Проблемное изложение	Групповые

3.1. Занятия в интерактивной форме в объеме:
лекции – 4 часа;

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Виды учебной Работы	Образовательные Технологии	Особенности проведения занятий (индивид./ групповые)
1	2	3	4
2	Лекции № 1	Проблемное изложение	Групповые
	Лекция № 2	Проблемное изложение	Групповые
	Лекция № 3	Проблемное изложение	Групповые

3.1. Занятия в интерактивной форме в объеме:
лекции – 4 часа;

В исключительных случаях применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ЭО и ДОТ), включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Реализация программы дисциплины с использованием ЭО и ДОТ осуществляется по усмотрению ведущего преподавателя с учетом технических возможностей обучающихся с использованием программных средств, обеспечивающих применение элементов ЭО и ДОТ в Институте, путем синхронного и асинхронного взаимодействия, к которым могут относиться:
- электронная информационно-образовательная среда Института;
- групповая голосовая конференция в мессенджерах (WhatsApp, Viber);
- групповой чат в месседжерах WhatsApp, Viber, социальной сети ВКонтакте;
- онлайн видеоконференция в Zoom;
- видеозаписи лекций педагогических работников Института, размещённые на различных видеохостингах (например, на каналах преподавателей) и/или облачных хранилищах ((например, Яндекс.Диск, Google.Диск, Облако Mail.ru и т.д.).

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств
Очная форма обучения

№ семестра	Виды контроля и аттестации (ВК, Тат, ПрАт*)	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов и заданий	Кол-во независимых вариантов
1	2	3	4	5	6	7
2	ТаТ	УК-1.3, УК-1.4	**Раздел №** Сущность PR. История возникновения и развития.	Устный опрос	5	1
	ТаТ	Ук-1.3, ПК-1.1	**Раздел № 2** Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	Устный опрос, реферат	30	
	ПрАт			зачет	20	1

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств
Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Виды контроля и аттестации (ВК, Тат, ПрАт*)	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов и заданий	Кол-во независимых вариантов
1	2	3	4	5	6	7
2	ТаТ	УК-1.3, УК-1.4	**Раздел №** Сущность PR. История возникновения и развития.	Устный опрос	5	1
	ТаТ	Ук-1.3, ПК-1.1	**Раздел № 2** Виды PR и репутационный капитал предприятия. Составляющие репутационного капитала.	Устный опрос, реферат	30	
	ПрАт			зачет	20	1

4.2. Примерные темы рефератов

1. PR: понятие, история, структура.
2. PR – технологии и их роль в обществе.
3. Целевые аудитории PR.
4. Современные технологии брендинга.
5. PR – служба и фирма: структура и функции.
6. Сходства и различия рекламы и PR.
7. Российское рекламное законодательство.
8. Причины возникновения профессиональных PR – агенств
9. Методы формирования общественного мнения
10. Имидж и корпоративные отношения.
11. Корпоративная философия и корпоративный имидж.
12. Формирование стратегии бренда.
13. Особенности современного брендинга.
14. Функции управления связями с общественностью как функции государства.
15. «Черный» и «Серый» PR как методы ведения информационной войны.
16. «Цветной» PR: принципы деятельности. Последовательность действий в процессе проведения PR – компании.
17. Целевые аудитории в «цветном» PR
18. Методы атаки и защиты в «цветном» PR
19. Виды и способы коммуникации PR
20. Деловая репутация.
21. Влияние деловой репутации на корпоративный имидж.
22. Паблик рилейшинз в сфере корпоративных коммуникаций
23. Правила деловой этики. Корпоративные кодексы.
24. Конструктирование имиджа и имиджевые легенды.
25. Сущность PR – технологии адаптации к новым условиям.
26. Манипулирование информацией.
27. Спонсоринг и фандрайзинг
28. Составляющие репутационного капитала предприятий.
29. Этапы становления PR.
30. Процесс формирования деловой репутации предприятия.

4.3. Тесты промежуточного контроля

Не предусмотрены.

4.4. Варианты контрольных заданий

Не предусмотрены.

4.5. Список вопросов к зачету

№ вопроса	Вопросы	Коды индикаторов достиж. компетенций
1	2	3
1	Сущность PR и основные принципы.	УК-1.3
2	Функции и области применения PR.	УК-1.4
3	История возникновения и развития.	УК-1.3
4	Виды PR.	УК-1.4
5	PR и реклама. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	УК-1.3, ПК-1.1.
6	Классификация рекламы.	УК-1.3 ПК-1.1.
7	Рекламные исследования.	УК-1.3 ПК-1.1.
8	Составляющие репутационного капитала предприятия	УК-1.3 ПК-1.1.
9	Деловая репутация компании	УК-1.4 ПК-1.1.
10	Брендовая исключительность.	УК-1.3 ПК-1.1.
11	Создание имени бренда средствами PR	УК-1.3 ПК-1.1.
12	Ребрединг.	УК-1.3 ПК-1.1.
13	Общественное мнение как структурный элемент PR.	УК-1.4 ПК-1.1.
14	Информационная политика РФ.	УК-1.3 УК-1.4
15	Технологии информационной политики.	ПК-1.1.
16	Процесс формирования деловой репутации предприятия.	ПК-1.1.
17	PR технологии управления репутацией.	ПК-1.1.
18	Понятие корпоративного имиджа, его основные элементы.	ПК-1.1.
19	Тизерные PR – технологии создания корпоративного имиджа	ПК-1.1.
20	Деловая репутация как нематериальный актив и инструмент влияния на корпоративный имидж	УК-1.4 ПК-1.1.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5. 1. Основная литература

№ п\п	№ се-мест ра	Авторы	Наименование	Год и место издания	Использу-ется при изучении разделов	Количество экземпляров	
						В биб-лио-теке	На ка-федре
1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян	Паблик рилейшнз : учебное пособие [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546 (25.01.2019). (ГРИФ)	Москва : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник	1,2	+	+
		Шарков, Ф.И	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. — Режим доступа: по под-писке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 06.10.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный. Рекомендовано УМО вузов Российской Федерации по об-разованию в области международных от-ношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направ-лениям подготовки (специальностям) «Международные отношения» и «Связи с общественностью»	Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с.	1,2	+	+

5.2. Дополнительная литература

№ п\п	№ се-мест ра	Авторы	Наименование	Год и место издания	Использу-ется при изучении разделов	Количество экземпляров	
						В Биб-лиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	А.П. Горбунов, В.И. Гончаров, И.Ф. Головченко и др. ; ред. А.С. Прудников	Местное самоуправление и муниципальное управление : учебник [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115017 (25.01.2019).	2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 543 с.	1,2	+	+
2	2	О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова	Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие- Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035 (25.01.2019).	«Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с.	Раздел 1,2	+	+
3	2	Т.М. Зуева	Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия. Учебное пособие	РО и ОП Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВПО «Донской государственный аграрный университет» в г. Зернограде, 2015	Раздел 1,2	25	5
4	2	Трушина, Л.Е	История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. — Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329 (дата обращения: 06.10.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный.	Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил..	Раздел 1,2	+	+

5.3. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и другие Интернет-ресурсы

1. Университетская библиотеке онлайн - http://www.biblioclub.ru
2. Электронно-библиотечная система «Лань» - www.e.lanbook.com
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - http://elibrary.ru
4. Госдума РФ. Информационные и аналитические материалы Госдумы. Библиотечно-библиографические ресурсы http://www.duma.gov.ru/ .
5. Институт социологии РАН http:// www.isras.ru.
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения http://wciom.ru/
7. Библиотека Гумер -политология https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php
8. Библиотека Гумер – социология https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php
9. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»- http //ecsocman hse.ru/

5.4. Требования к программному обеспечению учебного процесса

Виды учебных занятий, самостоятельная работа	Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
Лекции (по всем разделам)	Microsoft Windows XP Professional sp2	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	Microsoft Office 2007 Pro	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	ZOOM	Свободно распространяемое ПО, https://zoom.us/support/download
	Яндекс.Телемост	Бесплатное программное обеспечение https://telemost.yandex.ru
Самостоятельная работа	Microsoft Windows 7 Professional SP1	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	Microsoft Windows 10 Professional	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024

	Microsoft Windows XP Professional sp2	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	Microsoft Office 2010 Pro	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	Microsoft Office 2003 Pro	MBSA Open Value лицензия V1928651 до 30 июня 2021 продление в рамках соглашения до 30.06.2024
	Операционная система Гослинукс	свободное программное обеспечение с комплектом бесплатного программного обеспечения
	7-Zip	Свободно распространяемое ПО https://www.7-zip.org/download.html
	AIMP	Свободно распространяемое ПО https://www.aimp.ru/?do=download
	Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО https://www.foxitsoftware.com/ru/pdf-reader/
	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/
	Opera	Свободно распространяемое ПО https://www.opera.com/ru
	STDU Viewer	Свободно распространяемое ПО http://www.stduviewer.ru/download.html
	Яндекс.Телемост	Бесплатное программное обеспечение https://telemost.yandex.ru
	ZOOM	Свободно распространяемое ПО, https://zoom.us/support/download
	GIMP (графический редактор)	Свободно распространяемое ПО, https://www.gimp.org

5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п\п	№ семестра	Вид самостоятельной работы	Авторы	Наименование	Год и место издания
1	2	3	4	5	6
1	2	Проработка лекций, учебной и методической литературы	А.Н., Загородников	Управление общественными связями в бизнесе: Учебник для вузов	М.:КНОРУС, 2011
2	2	Подготовка к сдаче зачета	Т.М. Зуева	Конспект лекций. Учебное пособие «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия	Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВПО ДГАУ, 2015 г.
	2	Проработка лекций, учебной и методической литературы Подготовка к сдаче зачета	Трушина, Л.Е	. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329 (дата обращения: 06.10.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный	2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL:
	2	Проработка лекций, учебной и методической литературы Подготовка к сдаче зачета	Шарков, Ф.И	. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 06.10.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный. Рекомендовано УМО вузов Российской Федерации по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки (специальностям) «Международные отношения» и «Связи с общественностью»	Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1-202 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий и консультаций. Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. им. Ленина, дом №19.	Комплект учебной мебели. Мультимедийное оборудование: проектор мультимедийный AcerX1273, экран настенный, Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 160Gb HDD – 1 шт., в комплекте с монитором LGF720P, клавиатурой и мышью. Столы, стулья (кол-во мест – 24), Доска для маркера. Посадочных мест 24.
1-206 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий и консультаций. Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. им. Ленина, дом №19.	Комплект учебной мебели.. Переносной комплект мультимедийного оборудования: проектор мультимедийный, экран на треноге (или настенный), Ноутбук Доска меловая Посадочных мест 30.
2-252 Читальный зал для самостоятельной работы 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	15 рабочих мест для самостоятельной работы , объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок Core i3 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 5 шт. Системный блок Celeron J3060 1,6 Ггц, 4 Gb, 128 Gb SSD - 10 шт. монитор Phillips 2205– 5 шт, монитор Samsung SyncMaster 923m - 10шт принтер Epson LX-1170 Посадочных мест 114
Электронный читальный зал. Аудитория № 2-170б – II корпуса для самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Системный блок С2,8Ггц, 1 GB, 80 GB HDD – 1 шт. Системный блок С2,8Ггц, 512 МБ, 80 GB HDD – 9 шт. Монитор Samsung 920NW – 10 шт. Коммутатор Dlink – 1 шт. Сканер EPSON – 1 шт. Посадочных мест 10 для самостоятельной работы , объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных Занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации.
Контрольная работа / индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнение авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций и рекомендуемую литературу.