

**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ПСИХОЛОГИЯ

Направление подготовки 37.03.01 Психология

Направленность (профиль) «Социальная психология»

Формы обучения: очная

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 4 з.е.

в академических часах: 144 ак.ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Рабочая программа по дисциплине «PR-психология» по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) «Социальная психология» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 37.03.01 Психология, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июля 2020 г. N 839, Профессионального стандарта 03.008 «Психолог в социальной сфере», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 сентября 2023 г. N 716н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 октября 2023 г., регистрационный N 75620).

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков от 21 марта 2025 г., протокол № 7

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 2 апреля 2025 г., протокол № 3

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
4.	Объем дисциплины и виды учебной работы	7
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий	8
	5.1. Содержание дисциплины	8
	5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	9
6.	Лабораторные занятия	9
7.	Практические занятия	10
8.	Примерная тематика курсовых работ (проектов)	12
9.	Самостоятельная работа студента	12
10.	Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций	19
11.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	19
12.	Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины	20
13.	Материально–техническое обеспечение дисциплины	21
	Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)	23

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель - формирование представления о психологических закономерностях рекламной и PR-коммуникации, психологических моделях и психологических эффектах убеждающего и суггестивного воздействия в сфере рекламной и PR-коммуникации, механизмах влияния, применяемых в профессиональной деятельности специалистов по рекламе связям с общественностью, а также профессиональных умений и навыков управления массовыми коммуникациями и регулирования поведения целевых групп.

Задачи:

- сформировать комплекс знаний о теоретических основах психологии рекламы и связей с общественностью;
- сформировать представление о психологии манипуляции в рекламе и связях с общественностью;
- изучить психологические основы создания и восприятия текста в рекламе и публичных речей;
- выработать представление о психологических основах социального взаимодействия;
- сформировать комплекс знаний о методах убеждения и суггестии в технологиях коммуникации;
- выявить особенности процесса мотивирования аудитории в системе рекламной деятельности.
- освоить методы психологического воздействия в процессах коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «PR-психология» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) «Социальная психология».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины (модули), практики	Последующие дисциплины (модули), практики
УК-8	Безопасность жизнедеятельности	PR-психология	Производственная практика, преддипломная практика
ПК-3	Психогенетика Дифференциальная	PR-психология Практическая	Практическая психология

	психология Экспериментальная психология	психология Психология отклоняющегося поведения	Тренинг тренеров- психологов Производственная практика, практика в профильных организациях Производственная практика, преддипломная практика
ПК-5		PR-психология	Производственная практика, практика в профильных организациях Производственная практика, преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальной УК-8 и профессиональных ПК-3, ПК-5 компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества	Знать: безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для обеспечения устойчивого развития общества Уметь: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для обеспечения устойчивого развития общества Владеть: навыками создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для обеспечения устойчивого развития общества
	УК-8.2. Способен осуществлять действия	Знать: действия по предотвращению возникновения чрезвычайных

	по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов	ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в том числе с применением средств защиты Уметь: осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в том числе с применением средств защиты Владеть навыками осуществлять действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техно-генного происхождения) на рабочем месте, в том числе с применением средств защиты
ПК-3 Способен организовать психологическое сопровождение и психологическую помощь социально уязвимым слоям населения (клиентам)	ПК-3.1. Способен выявлять типичные психологические проблемы разных социальных групп клиентов	Знать: типичные психологические проблемы разных социальных групп клиентов Уметь: выявлять типичные психологические проблемы разных социальных групп клиентов Владеть: навыками решения психологических проблем разных социальных групп клиентов
	ПК-3.2. Способен проводить индивидуальное или групповое консультирование клиентов по выявленным у них психологическим проблемам с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды, помощь в социализации и адаптации к условиям проживания	Знать: механизмы решения психологических проблем клиентов Уметь: проводить индивидуальное или групповое консультирование клиентов Владеть: навыками консультирования клиентов по выявленным у них психологическим проблемам с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды
ПК-5 Способен разработать и реализовать программы профилактической и психокоррекционной работы, направленные	ПК-5.1. Способен разрабатывать и реализовать совместно с другими специалистами программы профилактической и психокоррекционной	Знать: способы реализации совместно с другими специалистами программы профилактической и психокоррекционной работы Уметь: разрабатывать и реализовать совместно с другими специалистами

на улучшение состояния и динамики психологического здоровья населения	работы, направленных на улучшение состояния и динамики психологического здоровья населения	программы профилактической и психокоррекционной работы Владеть: навыками, направленными на улучшение состояния и динамики психологического здоровья населения
	ПК-5.2. Способен консультировать население по проблемам психологического здоровья	Знать: механизмы консультирования населения по проблемам психологического здоровья Уметь: консультировать население по проблемам психологического здоровья Владеть: навыками, способствующими улучшению психологического здоровья населения

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	Ак. часов	
	Всего	По семестрам 8 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	84,5	84,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	84	84
• занятия лекционного типа	42	42
• занятия семинарского типа:	42	42
практические занятия	42	42
лабораторные занятия	-	-
в том числе занятия в форме практической подготовки	6	6
Консультации	0,5	0,5
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	23	23
– курсовая работа (проект)	-	-
– изучение литературы	15	15
– написание реферата	4	4
– написание эссе	4	4
– выполнение тестирования	4	4
3. Промежуточная аттестация: экзамен	36	36
ИТОГО:		
ак. часов	144	144
Общая трудоемкость	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические положения

Тема 1. Общая характеристика публичных отношений. Структура PR-деятельности

Понятие PR. Цели, задачи и функции PR. Психологическое содержание направлений PR. Психологическое содержание PR-категорий.

Тема 2. Основные модели PR-коммуникаций

Понятие PR. Цели, задачи и функции PR. Психологическое содержание направлений PR. Психологическое содержание PR-категорий.

Тема 3. Основные виды PR-деятельности

Связи с общественностью в государственном управлении. Связи с общественностью в политике. Связи с общественностью в бизнесе. PR во внутрикорпоративном менеджменте. Условия эффективной деятельности публичных отношений.

Тема 4. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий

Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий. Скрытые психотехнологии в PR.

Раздел 2. Прикладная часть

Тема 5. PR-проектирование. Организация проведения PR-кампаний

Психологические особенности PR-проектирования. Модульные технологии проектирования. Виды планирования PR-кампаний: стратегическое, тактическое, оперативное. Направления реализации PR-программы. PR-стратегии некоторых российских и зарубежных компаний.

Тема 6. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации

Характеристики СМИ: цели, задачи, функции, права и обязанности. Закон РФ «О средствах массовой информации». Психология интереса к продукции СМИ. Психологические характеристики творческих работников СМИ как субъектов PR-взаимодействий. Особенности информационных кампаний в СМИ. Понятие и предмет медиапланирования.

Тема 7. Event-менеджмент

Организация и проведение PR-событий. Эффективная презентация и пресс-конференция. PR-текст.

Тема 8. Психология эффективного имиджа

Имидж как особый психический образ. Психология персонального имиджа. Психология корпоративного имиджа. Психология политического имиджа. Психология территориального имиджа.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п		Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикато ры достиже ния компетен ций
			занятия лекцион ного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самос— тоятель ная работа	
Раздел 1. Теоретические положения						
1.	Тема 1. Общая характеристика паблик рилейшнз. Структура PR-деятельности	4	4	1	УК-8.1	
2.	Тема 2. Основные модели PR-коммуникаций	6	6	2	УК-8.2	
3	Тема 3. Основные виды PR-деятельности	4	4/1	2	ПК-3.1	
4	Тема 4. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий	6	6/1	2	ПК-3.1	
Раздел 2. Прикладная часть						
5.	Тема 5. PR-проектирование. Организация проведения PR-кампании	4	4	4	ПК-5.1	
6.	Тема 6. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации	6	6/1	4	ПК-5.1	
7.	Тема 7. Event-менеджмент	6	6/1	4	ПК-5.2	
8.	Тема 8. Психология эффективного имиджа	6	6/2	4	ПК-5.2	
	Итого	42	42/6	23		

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (ак. час.)
			Очная форма обучения
Раздел 1. Теоретические положения			
1	Тема 1. Общая характеристика паблик рилейшнз. Структура PR-деятельности	Предмет, субъект и объект рекламы. Отличие различных видов рекламы. Методы рекламной деятельности. Классификация рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная. Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф.Коттлера. Информационная, коммуникативная функции рекламы. Агитация и пропаганда. Выступление по теме реферата.	4
2	Тема 2. Основные модели PR-коммуникаций	Эффективность телевизионной рекламы и пропаганды. Психологические особенности радиорекламы. Примеры манипуляции сознанием зарубежных СМИ.	6
3	Тема 3. Основные виды PR-деятельности	Политические технологии. Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. Социальные кампании: спонсоринг и фандрейзинг. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. Бизнес PR-технологии. Информационные PR-технологии. Базовые инструменты PR-технологий. Бенчмаркинг. Life Placement. Сторителлинг. Слухи в PR-кампаниях организаций. Управление толпой как инструмент PR. Проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений. Обсуждение эссе.	4
4	Тема 4. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий	Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе. Основные принципы воздействия музыки на человека. Использование музыки в рекламе. Аудиобрендинг Обсуждение эссе.	6
Раздел 2. Прикладная часть			
5	Тема 5. PR-проектирование.	Политические технологии. Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной	4

	Организация проведения PR-кампаний	привлекательности. Социальные кампании: спонсоринг и фандрейзинг. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. Бизнес PR-технологии. Информационные PR-технологии. Базовые инструменты PR-технологий. Бенчмаркинг. Life Placement. Сторителлинг.	
6	Тема 6. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации	Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки, образования и культуры. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере образования. PR на рынке современного изобразительного искусства. Специфика PR в сфере музыки. PR-технологии в отечественном кинопрокате. Public relations в издательском деле. Тренинг «Презентация»	6
7	Тема 7. Event-менеджмент	Обзор и систематизация подходов. Офлайн и онлайн. Правильный график и правильная команда. Правильное время и правильное место. Правильные люди и правильные гости. Правильное содержание. Тренинг «Создаем мероприятие»	6
8	Тема 8. Психология эффективного имиджа	Основные ошибки в построении делового имиджа. Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям. Корпоративный имидж. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Выступление по теме реферата. Тренинг «Диагностика своего имиджа».	6
	Итого		42

8. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Методические материалы

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «PR-психология» – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины:

- работа с конспектами лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными:
- изучение основной и дополнительной литературы, источников

Интернет:

- подготовка к практическим занятиям;
- написание рефератов;
- написание эссе;
- выполнение тестирования;
- подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Реферат – публичное выступление, представленное в письменном виде, содержит сообщения с анализом данных.

Реферат:

- содержит уже опубликованные в нескольких источниках сведения;
- базируется на фактическом материале, достоверной информации, которые используются в качестве актуального иллюстрирования;
- представляет интерес с точки зрения позиций научного, культурного, социального, политического, экономического, юридического характера;
- способы решения просматриваются через предложенную для обсуждения тему;
- не имеет субъективной оценки;
- выстраивается по определенным стандартам структурно и стилистически;
- может достигать значительных размеров;
- в композиционной структуре ясно обозначены вступительная, основная, заключительная части; страницы, где указаны планы, разделы, выводы, список литературы.

Во вступлении должна быть четко обоснована актуальность, указываться адрес и дата каждой публикации. Основная часть – обзорная или тезисная, с фиксированными результатами и описанием возможностей для последующего применения.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если исследование выполнено на основе самостоятельно проведенного анализа материала, с использованием актуальной информации, учебных и научных источников. Во время выступления используется презентация или иной демонстрационный материал, в котором студент прекрасно ориентируется. Студент показал владение специальным научным аппаратом, ясно и четко излагает содержание доклада, отвечает на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если исследование выполнено на основе самостоятельно проведенного анализа материала, с использованием актуальной информации, учебных и научных источников, обоснована практическая и теоретическая актуальность работы, выводы автора самостоятельны и достаточно аргументированы. Студент владеет терминологией, четко излагает основные положения доклада, но испытывает

затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если исследование выполнено только с использованием учебной литературы, без привлечения дополнительных научных источников. Студент показывает знания базовых научных терминов, последовательно излагает содержание работы, но испытывает серьезные затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если исследование носит не самостоятельный характер, использована устаревшая информация. Полученные результаты не соответствуют поставленной цели, отсутствуют аргументированные выводы. Студент не отвечает на дополнительные вопросы.

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Критерии оценки написания эссе:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если эссе носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранной проблеме, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если в эссе представлен грамотно изложенный анализ теории по выбранной проблеме, но допускаются неточности в формулировках, не до конца аргументированы суждения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если материал по теме эссе не систематизирован, допускаются смысловые и логические ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если эссе не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно.

Тесты – это система формализованных заданий, по результатам выполнения которых можно измерить уровень знаний, умений и навыков обучающегося.

Критерии оценки тестов:

85% – 100% правильных ответов – «отлично»;

75% – 84% правильных ответов – «хорошо»;

50% – 75% правильных ответов – «удовлетворительно»;

менее 50 % правильных ответов – «неудовлетворительно».

Раздел 1. Теоретические положения

Тема 1. Общая характеристика паблик рилейшнз. Структура PR-деятельности

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: агитация, пропаганда, реклама. В процессе изучения темы следует обратить внимание на разнообразие подходов к паблик рилейшенз.

Подготовка к опросу:

1. Цели, задачи, функции PR. Психологическое содержание PR-категорий.
2. Психологическое содержание направлений PR.
3. Характеристика основных моделей PR-коммуникаций.
4. Средства коммуникации. Коммуникационные барьеры в PR и методы их устранения.
5. Общая характеристика основных видов PR-деятельности. Условия эффективной деятельности паблик рилейшнз.

Темы для рефератов:

1. Связи с общественностью в государственном управлении.
2. Связи с общественностью в политике.
3. Связи с общественностью в бизнесе.
4. PR во внутрикорпоративном менеджменте.

Тема 2. Основные модели PR-коммуникаций

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: фасилитация, медиация, промоушен. В процессе изучения темы следует обратить внимание на общие характеристики PR-методов и технологий.

Подготовка к опросу:

1. Психологическая сущность PR-технологий фасилитации и медиации.
2. Промоушен: психологическая сущность, этапы, примеры.
3. Охарактеризуйте коммуникационные барьеры, опишите меры по устранению барьеров коммуникации.

Тесты:

1. PR-это использование информации для влияния на:
 1. **общественное мнение;**
 2. государственные органы власти;
 3. средства массовой информации;
 4. покупателей.
2. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

1. Деном Форрестолом;
2. **Томасом Джефферсоном;**
3. Джоржем Бушем младшим;
4. Семом Блейком.

3. Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:

1. да, отличаются;
2. нет, не отличаются;
3. иногда цели совпадают;
4. **иногда цели не совпадают.**

4. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

1. формирование общенациональных ценностей;
2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;
3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения;
4. **создание новых рабочих мест.**

5. Что является главной целью PR?

1. **изменение общественного мнения;**
2. повышение уровня продаж;
3. доведение информации до потребителей;
4. повышение рейтинга компании.

6. Что является объектом PR?

1. **средства массовой информации;**
2. общество;
3. информация;
4. коммерческие организации.

7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

1. религиозные организации;
2. **общество;**
3. органы государственной власти;
4. бизнес организации.

8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

1. формирование имиджа;
2. изучение общественного мнения;
3. анализ экономической деятельности предприятия;

4. исследование отношений в организации.

9. Какая модель информационной политики не существует:

1. тоталитарная;
- 2. релятивистская;**
3. дисциплинарная;
4. диалоговая.

10. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

1. средства связи;
- 2. средства массовой информации;**
3. службы PR;
4. общественность.

Тема 3. Основные виды PR-деятельности

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: скрытый PR, вирусный PR. В процессе изучения темы следует обратить внимание на различия между белым и черным PR.

Подготовка к опросу:

1. Раскройте содержание, цели, задачи и основные направления лоббирования. Приведите примеры лоббирования в ведущих странах мира.
2. Расскажите об организации PR-деятельности в процессе избирательной кампании. Приведите примеры удачных кампаний в России и за рубежом.
3. Перечислите основные направления PR-деятельности в сфере бизнеса. Объясните, в чем заключается основное противоречие между потребителем и производителем (продавцом/рекламодателем). Каков механизм согласования интересов?

Темы эссе:

1. Эдвард Бернайз как практик и теоретик PR-деятельности.
2. Влияние цифровизации на управление брендами.
3. Анализ 2 книг и сравнение 2 жанров пиар текстов (пресс-релиз и пресс--kit/байлайнер и бэкграундер и тд).
4. Роль социальных брендов в социокультурном развитии.

Тема 4. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: фасилитация, PR-программы. В процессе изучения темы следует обратить внимание на скрытые психотехнологии в PR, а также на взаимосвязь PR-технологий с PR-стратегией.

Подготовка к опросу:

1. Каковы общие характеристики PR-методов и технологий? Что такое методы-подходы?
2. В чем психологическая сущность фасилитации и медиации?
3. Приведите примеры деятельности промоушен в России. Перечислите основные этапы деятельности и охарактеризуйте их.
4. Какова роль психологических методов и технологий в решении PR-задач и проблем?
5. Каковы сущность и задачи мониторинга?

Темы эссе:

1. Формирование институтов по связям с общественностью в современной России.
2. Опыт успешных PR-кампаний.
3. Влияние трансформации медиасреды на деятельность рекламодателей

Раздел 2. Прикладная часть

Тема 5. PR-проектирование. Организация проведения PR-кампаний

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: технологичность, цикличность, креативность и стандартизация. В процессе изучения темы следует обратить внимание на различия между плановыми и внеплановыми PR-кампаниями.

Подготовка к опросу:

1. Отличительные особенности PR-проектирования. Модульные технологии проектирования.
2. Виды планирования PR-кампаний: стратегическое, тактическое, оперативное.
3. Направления реализации PR-программы.
4. Виды планирования PR-кампаний: стратегическое, тактическое, оперативное. Направления реализации PR-программы.

Тема 6. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации.

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: мониторинг общественного мнения, выявление проблемных зон компании, управление внутренней информацией, формирование культуры

корпоративных отношений; проведение корпоративных мероприятий. В процессе изучения темы следует обратить внимание на особенности PR-взаимодействия со средствами массовой информации.

Подготовка к опросу:

1. Что собой представляют современные СМИ с точки зрения PR-интересов и коммуникаций?
2. Расскажите о психологических механизмах влияния СМИ на аудиторию.
3. Перечислите общие психологические принципы и условия формирования интереса. Факторы формирования интереса к СМИ.
4. Перечислите основные принципы и направления деятельности, которые следует учитывать при организации контактов со СМИ.
5. Что такое медиапланирование?

Тема 7. Event-менеджмент

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: Merchandising, работа с celebrity. В процессе изучения темы следует обратить внимание на факторы влияющие на планирование мероприятий.

Подготовка к опросу:

1. Назовите наиболее важные этапы в процессе подготовки и организации PR-события. Перечислите известные вам формы делового общения.
2. Расскажите об общих правилах организации и проведения презентаций и пресс-конференций. Перечислите условия успешности мероприятий.
3. Дайте характеристику различным видам PR-текстов, перечислите общие правила написания PR-текстов, назовите отличия PR-текста от журналистского текста.

Тема 8. Психология эффективного имиджа

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация, архаизация, дистанцирование, визуализация, метафоризация, жестикуляция, опрос общественного мнения и т.д.). В процессе изучения темы следует обратить внимание на психологические возможности коррекции имиджа.

Подготовка к опросу:

1. Имидж: определение, функции, цели.
2. Деловой имидж как показатель культуры и компетентности.
3. Самопознание личности как компонент делового имиджа.
4. Совместимость имиджа с психологическими особенностями личности.

5. Правила электронной деловой переписки.

Темы для рефератов:

1. Этикет деловых встреч.
2. Сетевой этикет.
3. Факторы и условия эффективной презентации.
4. Публичное выступление. Особенности подготовки к выступлению по радио, телевидению.
5. Культура телефонных разговоров. Условия эффективных телефонных разговоров.

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с комплектом оценочных материалов.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с изм. и доп.) // СПС КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс].

основная литература

1. Евдокимов, В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 230 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_59d230b58e4868.44153905. - ISBN 978-5-16-012974-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1898107>
2. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. - 6-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2023. - 442 с. - ISBN 978-5-394-05180-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083935>

дополнительная литература

1. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее

образование). — DOI 10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-020792-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2194340>

2. Пикулева, О. А. Психология самопрезентации личности : монография / О.А. Пикулёва. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006926-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2072447>

3. Соснин, В. А. Психология массового поведения : монография / В.А. Соснин. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 160 с. - ISBN 978-5-00091-003-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2102667>

электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM — <https://znanium.com/>

Электронный каталог Университета — Автоматизированная информационная библиотечная система (АИБС «МегаПро»)

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

1) Лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Windows 10 Edu, Microsoft Office 2019 (годовая подписка «Desktop School ALNG LicSARk MVL» (MS Windows и MS Office)
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версия 3.3 (отечественное ПО)

2) Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО)
- AIMP Бесплатный аудио проигрыватель (лицензия бесплатного программного обеспечения) (отечественное ПО)
- FastStone Image Viewer (программа для просмотра изображений в Microsoft Windows (лицензия бесплатного программного обеспечения))
- Foxit Reader (Бесплатное прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (лицензия бесплатного программного обеспечения))

3) Профессиональные базы данных:

- Сайт журнала «PR в России» <http://www.prjournal.ru/>
- Сайт журнала «Пресс-служба» <https://press-service.ru/>

4) Информационные справочные системы:

- «Консультант плюс» - www.consultant.ru
- «ГАРАНТ» - информационно-правовой портал - www.garant.ru

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

Образовательный процесс обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, а именно для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа

Технические средства обучения:

персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) – 1.

Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Рабочее место преподавателя (стол, стул), рабочие места обучающихся, доска для написания мелом, кафедра.

Технические средства обучения:

персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) – 1.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института

Рабочие места обучающихся.

Технические средства обучения:

персональный компьютер - 13.

Учебные аудитории соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

обсуждено и рекомендовано к утверждению решением кафедры
(наименование кафедры) _____
от ____ ____ 20__ г., протокол № ____

одобрено Научно-методическим советом _____ от ____ ____ 20__ г.,
протокол № ____