

**Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Организация связей с общественностью:
региональные и федеральные аспекты**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация выпускника

Бакалавр

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчик программы:

канд. филос. наук, доцент Серебрянский С.В.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.	3
1.2	Результаты освоения образовательной программы:	3
2.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	5
3.	ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	13
4.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	14

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- формирование знания о специфике организации связей с общественностью в иерархической структуре социальной системы и технологиях PR в крупных коммуникационных кампаниях.

Задачи:

- формирование знания об особенностях организации связей с общественностью в органах государственной власти на федеральном уровне;
- формирование знания об особенностях организации связей с общественностью в органах государственной власти на региональном уровне;
- формирование знания об особенностях организации связей с общественностью в сфере бизнеса, социальных и политических коммуникационных кампаниях на региональном и федеральном уровнях;
- овладение навыками анализа организации и проведения PR кампаний на региональном и федеральном уровнях.

1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах по связям с общественностью.

ПК-1: способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

1.2 Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

а) знать

- знать сходства и различия в применении технологий и PR-методов в организации и проведении крупных политических, экономических и социальных коммуникационных кампаний, государственных структур и органов власти и PR-подразделениях в коммерческих структурах на региональном и федеральном уровне;

б) уметь

- организовывать и проводить под контролем PR-кампании в крупных коммуникационных кампаниях, государственных структурах и подразделениях в коммерческих структурах;

в) владеть

- технологиями и PR-методами, применяемыми в организации и проведении крупных экономических, социальных, политических, коммуникационных кампаниях и в подразделениях коммерческих структур.

В результате освоения компетенции ОПК-1 студент должен:

- а) знать содержание и порядок реализации профессиональных функций в области связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта на региональном и федеральном уровне;
- б) уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области связей с общественностью в этих структурах и сферах;
- в) владеть навыками проведения под контролем кампаний и мероприятий по связям с общественностью.

В результате освоения компетенции ОПК-2 студент должен:

- а) знать содержание работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей на региональном и федеральном уровне;
- б) уметь создавать послания для целевых аудиторий;
- в) владеть навыками организационной работы и работы с информацией.

В результате освоения компетенции ПК-1 студент должен:

- а) знать основы управления и организации работы служб по связям с общественностью;
- б) уметь организовывать деятельность по связям с общественностью;
- в) владеть навыками оценки эффективности связей с общественностью на региональном и федеральном уровне.

В результате освоения компетенции ПК-7 студент должен:

- а) знать методы и средства планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий на региональном и федеральном уровне;
- б) уметь реализовывать эти знания в области связей с общественностью;
- в) владеть навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

В результате освоения компетенции ПК-11 студент должен:

- а) знать основные приемы и правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- б) уметь готовить материалы для аналитические справки, обзоров и прогнозов;
- в) владеть навыками обработки материалов для аналитические справки, обзоров и прогнозов.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Раздел 1. Введение в дисциплину

Тема 1. Принципы организации связей с общественностью. Инфраструктура связей с общественностью: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Принципы построения организационных структур социальных институтов на федеральном уровне

2. Организация системы управления потоками информации и каналами коммуникации на федеральном уровне

3. Центральный аппарат управления социального института и информационное обеспечение его деятельности

4. Основные направления организационной деятельности службы по связям с общественностью: вертикальная и горизонтальная интеграция

5. Инфраструктура связей с общественностью на федеральном уровне

Тема 2. Принципы организации связей с общественностью. Инфраструктура связей с общественностью: региональный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Принципы построения организационных структур социальных институтов на региональном уровне и связи с общественностью

2. Место и роль службы по связям с общественностью в структуре социальных институтов на региональном уровне

3. Направления деятельности службы по связям с общественностью на региональном уровне

4. Инфраструктура связей с общественностью на региональном уровне

Тема 3. Организация связей с общественностью в государственных структурах: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 1

1. Связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления

2. Место и роль службы по связям с общественностью в организационной структуре Администрации президента РФ

3. Институт пресс-секретаря президента РФ

4. Направления деятельности пресс-службы президента РФ

Занятие 2

1. Место и роль службы по связям с общественностью в организационной структуре Правительства РФ

2. Место и роль службы по связям с общественностью в организационной структуре федеральных министерств и ведомств:

2.1 Особенности организации связей с общественностью в министерствах и ведомствах обеспечения безопасности и охраны правопорядка

2.2 Особенности организации связей с общественностью в министерствах и ведомствах экономического и социального блока

3. Организация связей с общественностью в системе судебной власти на федеральном уровне

Тема 4. Организация связей с общественностью в политической сфере: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Связи с общественностью и информационное обеспечение в политической сфере

2. Организация связей с общественностью в системе законодательной власти:

2.1 Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью Государственной Думы РФ

2.2 Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью Совета Федерации

3. Особенности организации связей с общественностью парламентских и непарламентских партий

4. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации

Тема 5. Организация связей с общественностью в коммерческих структурах и в сфере бизнеса: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 5.1

1. Особенности организации, структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в государственных компаниях

2. Особенности организации, структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в частных компаниях

3. Официальный сайт и издания как элементы системы связей с общественностью компаний

4. Организация связей с общественностью в институтах бизнес-сообщества

Занятие 5.2

1. Бренд и имидж компании в организации связей с общественностью

2. Социальные проекты как элементы системы связей с общественностью компаний

3. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации

4. Институт бизнес-омбудсмена в системе связей с общественностью

Тема 6. Организация связей с общественностью в социальной сфере: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 6.1

1. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в системе образования
2. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в системе здравоохранения
3. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в системе физической культуры и спорта

Занятие 6.2

1. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в системе культуры
2. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в системе социального обеспечения
3. Особенности организации связей с общественностью в институтах гражданского общества, действующих в социальной сфере
4. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации

Тема 7. Организация связей с общественностью. Взаимодействие со СМИ: федеральный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Информационное обеспечение социальной коммуникации: связи с общественностью и средства массовой информации
2. Особенности организации взаимодействия в зависимости от типа СМИ:
 - 2.1 Общероссийские государственные СМИ: печатные, электронные
 - 2.2 Негосударственные СМИ: печатные, электронные
3. Основные направления взаимодействия:
 - 3.1 Взаимодействие со СМИ органов власти и политических институтов
 - 3.2 Взаимодействие со СМИ бизнес-структур
 - 3.3 Взаимодействие со СМИ институтов гражданского общества

Тема 8. Организация связей с общественностью в государственных структурах и в сфере политики: региональный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 8.1

1. Связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления на региональном уровне

2. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью законодательных органов власти региона

3. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью исполнительных органов власти региона

4. Основные функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в институтах судебной власти на региональном уровне

Занятие 8.2

1. Организация связей с общественностью в электоральном процессе

2. Особенности деятельности службы по связям с общественностью в политических партиях на региональном уровне

3. Организация связей с общественностью в институтах гражданского общества на региональном уровне

4. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации

Тема 9. Организация связей с общественностью в коммерческих структурах и в сфере бизнеса: региональный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 9.1

1. Структура и направления деятельности службы по связям с общественностью в сфере бизнеса на региональном уровне

2. Элементы системы связей с общественностью компаний на региональном уровне:

2.1 Сайт компании, корпоративные издания

2.2 Летопись организации, биография руководства, отчет

2.3 Социальная ответственность бизнеса и социальные проекты

3. Выставочная деятельность на региональном уровне

Занятие 9.2

1. Бренд и имидж компании в организации связей с общественностью на региональном уровне

2. Организация связей с общественностью в бизнес-сообществе:

2.1 Связи с общественностью Челябинского регионального объединения работодателей «Союз промышленников и предпринимателей»

2.2 Связи с общественностью Челябинского регионального объединения работодателей «ПРОМАСС»

3. Институт бизнес-омбудсмена в системе связей с общественностью региона

Тема 10. Организация связей с общественностью в социальной сфере: региональный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Занятие 10.1

1. Организация связей с общественностью в системе образования на региональном уровне
2. Организация связей с общественностью в системе здравоохранения на региональном уровне
3. Организация связей с общественностью в системе физической культуры и спорта на региональном уровне

Занятие 10.2

1. Организация связей с общественностью в системе культуры на региональном уровне
2. Организация связей с общественностью в системе социального обеспечения на региональном уровне
3. Организация связей с общественностью в Федерации профсоюзов Челябинской области

Интерактивная форма проведения занятия – семинар-конференция

Занятие в интерактивной форме предполагает обсуждение подготовленных студентами докладов.

Тема 11. Организация связей с общественностью. Взаимодействие со СМИ: региональный аспект

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Особенности организации взаимодействия в зависимости от типа СМИ:
 - 1.1 Региональные государственные СМИ
 - 1.2 Региональные негосударственные СМИ
2. Основные направления взаимодействия:
 - 2.1 Взаимодействие со СМИ органов власти и политических институтов
 - 2.2 Взаимодействие со СМИ бизнес-структур
 - 2.3 Взаимодействие со СМИ институтов гражданского общества
3. Взаимодействие со СМИ в кризисных ситуациях

Примеры задач (практических заданий)

1. Выбрать новостной повод на федеральном уровне. Отследить реакцию служб по связям с общественностью заинтересованных организаций, компаний. Подготовить сводную таблицу по изученным PR-текстам: название жанра, типология, принципы оформления, структура, стиль и язык, особенности подготовки, способы распространения.
2. Выбрать новостной повод на региональном уровне. Отследить реакцию служб по связям с общественностью заинтересованных организаций, компаний. Подготовить сводную таблицу по изученным PR-текстам: название жанра, типология, принципы оформления, структура, стиль и язык, особенности подготовки, способы распространения.
3. Подготовить папку с примерами пресс-релизов в сфере политики и государственного управления, бизнеса, гражданского общества на федеральном и региональном уровне. Подготовить пресс-релиз по актуальному региональному событию.
4. Подготовить папку с примерами следующих PR-текстов: приглашение, факт-лист, лист вопросов-ответов, биография, поздравление, байлайнер, кейс-стори. Подготовить приглашение на научно-практическую конференцию.

5. Подготовить кейс-стори по проблеме участия молодежи в деятельности политических партий, профсоюзов
6. Подготовить кейс-стори по проблеме пропаганды здорового образа жизни среди молодежи
7. Смоделировать структуру интервью по актуальному новостному поводу с руководителем организации, компании. Подготовить лист вопросов-ответов.

Примерные темы докладов

Раздел 1. Тема 1 – Тема 2

1. Структура потоков информации на федеральном уровне
2. Гетерогенность информации и целевых аудиторий в организации связей с общественностью на федеральном уровне
3. Структура потоков информации на региональном уровне
4. Гетерогенность информации и целевых аудиторий в организации связей с общественностью на региональном уровне

Раздел 2. Тема 3 – Тема 4

1. Сайт Президента РФ как элемент системы связей с общественностью
2. Сайт Правительства РФ как элемент системы связей с общественностью
3. Проекты «Мемориал» и «Подвиг народа» министерства обороны как элемент системы связей с общественностью
4. Конкурсы и премии министерств и ведомств как элемент системы связей с общественностью
5. Сайт политической партии как элемент системы связей с общественностью
6. Биография и персональный блог политика как элементы системы связей с общественностью
7. Политические партии в социальных сетях
8. Особенности организации связей с общественностью в институтах гражданского общества

Раздел 2. Тема 5 – Тема 7

1. Социальные проекты ОАО «Газпром»
2. Фонд «Династия» как социальный проект
3. Банк и общество: социальные проекты ОАО «Альфа-Банк»
4. Корпоративная социальная ответственность ОАО «Сбербанк России»
5. Политика в сфере образования и Федеральные целевые программы в системе связей с общественностью
6. Политика в сфере здравоохранения и Федеральные целевые программы в системе связей с общественностью
7. Политика в сфере физической культуры и спорта и Федеральные целевые программы в системе связей с общественностью
8. Политика в сфере культуры и Федеральные целевые программы в системе связей с общественностью
9. Политика в сфере социального обеспечения и Федеральные целевые программы в системе связей с общественностью
10. Сайт СМИ как элемент системы связей с общественностью
11. СМИ в социальных сетях
12. Медиациентр «Российской газеты» в системе связей с общественностью
13. Пресс-центр РБК: структура, функции, мероприятия

Раздел 3. Тема 8 – Тема 11

1. Организация связей с общественностью в электоральном процессе
2. Особенности деятельности службы по связям с общественностью в политических партиях на региональном уровне
3. Организация связей с общественностью в институтах гражданского общества на региональном уровне
4. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации
5. Региональные бренды как элемент системы связей с общественностью
6. Организация связей с общественностью в ОАО «ЧТПЗ»
7. Социально-имиджевые проекты ОАО «ММК»
8. Организация связей с общественностью в компаниях сферы услуг
9. Имидж региона в региональных и федеральных СМИ
10. Конкурс среди журналистов и творческих коллективов СМИ региона как элемент системы связей с общественностью
11. Проект «Информационное общество» и его отражение в СМИ

Примерные вопросы для собеседования и самоконтроля

Раздел 1. Тема 1 – Тема 2

1. Какие условия необходимы для организации связей с общественностью в социальной системе?
2. Какие условия достаточны для организации связей с общественностью в социальной системе?
3. Какие общие свойства организационных структур социальной системы обуславливают возможность выделения и специализации функции связей с общественностью?
4. Что характерно для социальных систем открытого типа?
5. Что характерно для социальных систем закрытого типа?
6. Чем обусловлена изоморфность организационных структур социальных институтов?
7. Какова структура потоков информации в системе управления?
8. Какое место занимает служба по связям с общественностью в организационной структуре социального института?
9. Каковы основные направления организационной деятельности службы по связям с общественностью в системе коммуникаций социального института?
10. Какую позицию в структуре аппарата управления социального института занимает руководитель службы по связям с общественностью?

Раздел 2. Тема 3 – Тема 7

1. Как соотносятся связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления?
2. Какие элементы входят в организационную структуру государственного управления?
3. Какие элементы входят в систему информационного обеспечения государственного управления?
4. Какие подразделения Аппарата президента РФ имеют функции организации связей с общественностью?
5. Какова структура пресс-службы президента РФ?
6. Каковы функции пресс-секретаря президента РФ?
7. Когда возникает институт пресс-секретаря президента РФ?

8. Какова структура информационного обеспечения деятельности Государственной думы РФ?
9. Какое место занимает служба по связям с общественностью в организационной структуре аппарата ГД РФ?
10. Какова структура службы по связям с общественностью ГД РФ?
11. Каков персональный состав службы по связям с общественностью ГД РФ?
12. Какие социальные проекты реализуются государственными компаниями?
13. Какие социальные проекты реализуются частными компаниями?
14. В каких организационных формах осуществляются связи с общественностью РСПП?

Раздел 3. Тема 8 – Тема 11

1. Какова организационная структура государственного управления на региональном уровне?
2. Из каких элементов состоит информационное обеспечение государственного управления на региональном уровне?
3. Какое место занимают связи с общественностью в информационном обеспечении государственного управления на региональном уровне?
4. В чем проявляется изоморфность организационных структур связей с общественностью на региональном уровне?
5. Какова структура службы по связям с общественностью представителя Президента РФ в федеральном округе?
6. Какое место занимает служба по связям с общественностью в организационной структуре законодательных органов власти региона?
7. Направления деятельности службы по связям с общественностью законодательных органов власти региона?
8. Какие региональные программы в сфере образования выступают объектом PR-деятельности?
9. Какие региональные программы в сфере здравоохранения выступают объектом PR-деятельности?
10. Какие региональные программы в сфере физической культуры и спорта выступают объектом PR-деятельности?

Примерный перечень тем для дискуссий, диспута

1. «Роман с президентом» В. Костикова: связи с общественностью в кризисных ситуациях
2. «От первого лица. Разговоры с Владимиром Путиным» как PR-проект
3. Кремлевский пул: особенности формирования и функционирования
4. Всероссийский конкурс социальной рекламы среди органов государственной власти «Импульс»: элементы организационной структуры
5. Всероссийский конкурс социальной рекламы среди органов государственной власти «Импульс»: анализ контента по номинациям
6. Социальный отчет АФК «Система» как элемент организации связей с общественностью
7. Социальная ответственность бизнеса на примере ОАО «Газпром»
8. Целевая программа «Молодежь ОАО «РЖД» как элемент организации связей с общественностью
9. Программы фонда «Династия» как элемент организации связей с общественностью
10. Конкурсы и гранты фонда «Династия» как элемент организации связей с общественностью
11. Региональные премии как элемент организации связей с общественностью
12. Региональные конкурсы как элемент организации связей с общественностью

13. Информационно-аналитическая система «Медиалогия» как ресурс в организации связей с общественностью
14. Информационно-аналитическая система «Интегрум» как ресурс в организации связей с общественностью
15. Сервис IQBuzz как ресурс в организации связей с общественностью
16. «Public.Ru» как ресурс в организации связей с общественностью

3. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Принципы построения организационных структур социальных институтов на федеральном уровне и связи с общественностью
2. Организация системы управления потоками информации и каналами коммуникации на федеральном уровне
3. Связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления
4. Место и роль службы по связям с общественностью в организационной структуре Администрации президента РФ
5. Направления деятельности пресс-секретаря и пресс-службы президента РФ
6. Сайт Президента РФ как элемент системы связей с общественностью
7. Организация связей с общественностью в системе законодательной власти на федеральном уровне
8. Организация связей с общественностью в системе исполнительной власти на федеральном уровне
9. Организация связей с общественностью в системе судебной власти на федеральном уровне
10. Особенности организации связей с общественностью политических партий
11. Особенности организации связей с общественностью в институтах гражданского общества на федеральном уровне
12. Организация связей с общественностью в институтах бизнес-сообщества на федеральном уровне
13. Социальные проекты как элементы системы связей с общественностью компаний на федеральном уровне
14. Институт бизнес-омбудсмена в системе связей с общественностью
15. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью в социальной сфере на федеральном уровне
16. Информационное обеспечение социальной коммуникации: связи с общественностью и средства массовой информации
17. Особенности организации взаимодействия со СМИ в зависимости от типа социального института и типа издания
18. Связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления на региональном уровне
19. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью законодательных органов власти региона
20. Структура, функции и направления деятельности службы по связям с общественностью исполнительных органов власти региона
21. Организация связей с общественностью в электоральном процессе
22. Организация связей с общественностью в кризисной ситуации
23. Управление информационной политики Законодательного собрания Челябинской области: структура и направления деятельности
24. Сайт губернатора Челябинской области как элемент системы связей с общественностью
25. Структура и направления деятельности службы по связям с общественностью в сфере бизнеса на региональном уровне

26. Элементы системы связей с общественностью компаний на региональном уровне: сайт компании, корпоративные издания
27. Социальная ответственность бизнеса и социальные проекты в регионе
28. Выставочная деятельность на региональном уровне
29. Организация связей с общественностью в Федерации профсоюзов Челябинской области
30. Особенности организации взаимодействия со СМИ на региональном уровне

4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Основная литература (в т.ч. Электронные библиотечные системы)	
Л 1.1	GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учебное пособие / под ред. Л.В. Сморгун, Л.Н. Тимофеева. - М. : Российская политическая энциклопедия, 2012. - 408 с. - (Политология России). - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141
Л 1.2	Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика : учебное пособие / под ред. Л.В. Минаева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 319 с. - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104323
Л 1.3	Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А.Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 160 с. - (Учебник нового поколения). - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104329
Л 1.4	Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
2. Дополнительная литература (в т.ч. Электронные библиотечные системы)	
Л 2.2	Богданов, В.В. Теория и практика связей с общественностью : медиарилейнз : учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. - Новосибирск : НГТУ, 2011. - 59 с. - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824
Л 2.3	Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебно-практическое пособие / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 115 с. - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968
Л 2.4	Михайлов, Ю.М. Связи с общественностью по-русски / Ю.М. Михайлов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 306 с. - То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694
Л 2.5	Горчакова, В.Г. Имиджология: теория и практика : учебное пособие / В.Г. Горчакова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 335 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022

*ЭБС – электронно-библиотечная система

РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
1.	http://state.kremlin.ru/president	Официальный сайт Президента России
2.	http://government.ru/	Официальный сайт Правительства России
3.	http://www.council.gov.ru/	Официальный сайт Совета Федерации
4.	http://www.duma.gov.ru/	Официальный сайт Государственной думы
5.	http://www.zs74.ru/	Официальный сайт Законодательного собрания Челябинской области

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.	http://www.gubernator74.ru/	Официальный сайт Губернатора Челябинской области
7.	http://pravmin74.ru/	Официальный сайт Правительства Челябинской области
8.	http://www.raso.ru/	Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью
9.	http://www.akospr.ru/	Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС)
10.	http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/smi.html	Электронная справочная система СМИ России
11.	http://www.pr-info.ru/	Справочно-информационное WEB-издание
12.	http://www.sovetnik.ru/	Профессиональный PR-портал
13.	http://uronews.slovodnya.ru/	Онлайн словари русского языка и энциклопедии