

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Институт общественных наук**

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой политических и  
общественных коммуникаций  
Протокол от «23» мая 2018 г.  
№10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.13      Медиарилейшнз**

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

**"Диджитал реклама и связи с общественностью "**

*(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

**бакалавр**

*(квалификация)*

**Очная форма обучения**

*(форма(ы) обучения)*

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

**Автор(ы)–составитель(и):**

Старший преподаватель  
Старший преподаватель  
Доцент к.э.н., доцент

Богуславский Сергей Михайлович  
Камоза Татьяна Михайловна  
Исаев Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой  
политических и общественных  
коммуникаций, профессор, PhD  
Потоликио

С.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.13 Медиарилейшнз» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-2	Способность работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.	1 этап (код этапа ОПК - 2.1)	Способность применения знаний и навыков работы в отделах связей с общественностью
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, 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	1 этап (код этапа ПК -1.1)	Способность принимать участие в планировании и контроле работы отделов рекламы и связям с общественностью.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
управление проектами	1 этап (код этапа ОПК - 2.1)	на уровне знаний: - типологию, особенности и технологию проведения коммуникационных кампаний; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий;
		на уровне умений: - применять закономерности и модели теории коммуникации при планировании коммуникационных кампаний; - составлять планы коммуникационных

		кампаний и мероприятий; определять цели и задачи кампании;
		на уровне навыков: - навыком самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;
определение целевых результатов коммуникационной стратегии	1 этап (код этапа ПК -1.1)	на уровне знаний: - основ принципов и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основ менеджмента рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью;
		на уровне умений: - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
		на уровне навыков: - управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - разработки средств продвижения рекламного продукта; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; - навыком разработки средств продвижения рекламного продукта; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью;
		на уровне навыков: - навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; - навыками создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе;

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28ак.ч./21аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.Б.12 «Теория и практика массовых коммуникаций», 1 курс, 2 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения:

Основы менеджмента

Управление проектами

Имиджология

Образы городской среды

Научно-исследовательская работа

Преддипломная практика

### 3. Содержание и структура дисциплины

3.

№ п/п	Наименование(разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации ***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Медиаарилейшнз и связи с общественностью	12			4		8	О, Д
Тема 2	PR-менеджмент	12			4		8	О, Д
Тема 3	Создание новостей и инфоповодов	12			4		8	О, Д
Тема 4	Характеристика материалов для прессы	12			4		8	О, Д
Тема 5	Виды мероприятий для журналистов	12			6		8	О, Д
Тема 6	Пресс-служба и сторонняя целевая аудитория: особенности взаимодействия	10			6		4	О, Д

№ п/п		Объем дисциплины (модуля), час.					Форма  текущего контроля **, успеваемости **, промежуточной  аттестации ***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ЭО,  ДОТ*	ЛР/  ЭО, ДОТ*	ПЗ/  ЭО, ДОТ*	К С Р		
Промежуточная аттестация Всего:								
Очная форма обучения								
							Зачет	
		72		28		44		

*Примечание:*

\* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.

\*\*\* – формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.

**Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Медиарилейшнз и связи с общественностью**

Субъекты PR. Объект PR-коммуникации. Структура PR-деятельности. Грюниг: модели PR-коммуникации. PR: функции; основные трактовки; главные направления деятельности. Сходства и отличия PR от других видов коммуникативной деятельности. Классификация СМИ по различным основаниям. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. Объекты налаживания контактов в ходе медиарилейшнз. Управление СМИ и управление информацией: механизмы и этапы. Основные документы медиарилейшнз. Медиа-карта и её структура.

**Тема 2. PR-менеджмент**

Достоинства и недостатки PR. Цепочка PR-воздействия. Логика PR-процесса. Условия успешности PR-коммуникации. Система RACE (Марстон), описывающая деятельность PR: Research (исследование) – определение проблемы; Action (действие) – планирование PR-программы; Communication (общение) – реализация PR-программы; Evaluation (оценка результатов). Средства PR. Метод «третьей партии». Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Комплекс PR-коммуникаций PENCILS (Котлер).

**Тема 3. Создание новостей и инфоповодов**

Новости: понятие; роль в PR-коммуникации и медиарилейшнз; варианты тем; производство и варианты производства (Маккуэйл). Концепции новостного производства, задачи СМИ в зависимости от концепции. Способы создания новостей для организации (Кэмерон). «Основной» и «дополнительный вес» новости. Управление новостями в кризисных ситуациях (спиндокторинг). Этапы и методы управления новостями. Понятие новостного и информационного поводов. Типовые информационные поводы: характеристика и особенности их раскрытия. Критерии значимости и эффективности информационных поводов.

**Тема 4. Характеристика материалов для прессы** Пресс-релиз: понятие; смысл написания и публикации; достоинства и недостатки;

виды; структура; требования (общие, к заголовку, к основному тексту); правила оформления и размещения. Понятие, характеристика, достоинства и недостатки другие видов неподконтрольных организации PR-материалов, предназначенных для СМИ:



информационное письмо; биографическая справка; статья; интервью; письмо в редакцию; заявление для СМИ; факт-лист и др. Медиа-кит как набор материалов для прессы; состав медиа-кита.

#### **Тема 5. Виды мероприятий для журналистов**

Пресс-конференция как PR-мероприятие. Пресс-конференция: функции; регламент; участники с обеих сторон; время и место проведения. Этапы подготовки пресс-конференции и ее проведения; организации работы после ее окончания. Понятие и особенности брифинга. Сходство и различия между пресс-конференцией и брифингом. Особенности формата брифинга. Другие мероприятия: экскурсии для журналистов; пресс-туры; презентации; дегустации т.д.

#### **Тема 6. Пресс-служба и сторонняя целевая аудитория: особенности взаимодействия**

Информационный релиз и его основные виды. Буклет и его виды. Приглашение на мероприятие. Инициированные публичные мероприятия: семинары, конференции, «круглые столы», дни открытых дверей и т.д.; цели и задачи таких мероприятий.

### **4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Медиарилейшнз» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Медиарилейшнз и связи с общественностью	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
PR-менеджмент	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Создание новостей и инфоповодов	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Характеристика материалов для прессы	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Виды мероприятий для журналистов	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Пресс-служба и сторонняя целевая аудитория: особенности взаимодействия	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, выставляемого за ответы на вопросы по пройденному материалу.

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

#### **Примеры вопросов для обсуждения на практических занятиях**

1. Отличия PR от других видов коммуникативной деятельности
2. Основные документы медиарилейшнз
3. Условия успешности PR-коммуникации
4. Характеристика третьего этапа (Communication) в формуле RACE
5. Понятие спиндокторинга
6. Критерии эффективности информационных поводов
7. Структура пресс-релиза
8. Медиа-кит: понятие и состав

9. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции  
 10. Основные виды информационных релизов

#### 4.2. Промежуточная аттестация

##### 4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-2	Способность работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.	1 этап (код этапа ОПК - 2.1)	Способность применения знаний и навыков работы в отделах связей с общественностью
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, 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	1 этап (код этапа ПК - 1.1)	Способность принимать участие в планировании и контроле работы отделов рекламы и связям с общественностью.

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа ОПК - 2.1)	Планирует коммуникационные кампании и мероприятия. Применяет технологии организации мероприятий, целью которых является коммуникация	Составляет планы коммуникационных кампаний и мероприятий; определяет цели и задачи кампании. Под контролем применяет

		принципы, методы и инструментарий тактического и стратегического планирования коммуникаций
1 этап (код этапа ПК -1.1)	<p>Формулирует проблему и пути ее решения, владеет профессиональной терминологией;</p> <p>Работает в команде и структурно организовывать свою работу в коллективе</p>	<p>Студент ориентируется в проблеме, умеет найти решение, владеет теоретической базой</p> <p>Способен работать в команде и структурно организовывать свою работу в коллективе, быстро адаптируется, общается легко, самостоятельно организует работу группы.</p>

#### 4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

#### 4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета в виде ответов на вопросы

#### Примеры вопросов к зачету по дисциплине «Медиарилейшнз»

Вопросы
Структура PR-деятельности. Модели PR-коммуникации (Грюниг). Сходства и отличия PR от других видов коммуникативной деятельности. Классификация СМИ по различным основаниям. Медиарилейшнз как система постоянных контактов со средствами массовой коммуникации. Управление СМИ и управление информацией: механизмы и этапы. Основные документы медиарилейшнз. Медиа-карта и её структура.

Достоинства и недостатки PR. Условия успешности PR-коммуникации. Система RACE (Марстон): Research (исследование) – определение проблемы; Action (действие) – планирование PR-программы; Communication (общение) – реализация PR-программы; Evaluation (оценка результатов). Метод «третьей партии». Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Комплекс PR-коммуникаций PENCILS (Котлер). Новости: понятие; роль в PR-коммуникации и медиарелейшнз; варианты тем; производство и варианты производства (Маккуэйл). Способы создания новостей для организации (Кэмерон). Управление новостями в кризисных ситуациях (спиндокторинг). Этапы и методы управления новостями. Понятие новостного и информационного поводов. Типовые информационные поводы: характеристика и особенности их раскрытия.

Пресс-релиз: понятие; смысл написания и публикации; достоинства и недостатки; виды; структура; требования (общие, к заголовку, к основному тексту); правила оформления и размещения. Медиа-кит как набор материалов для прессы; состав медиа-кита.

Пресс-конференция: функции; регламент; участники с обеих сторон; время и место проведения. Этапы подготовки пресс-конференции и ее проведения; организации работы после ее окончания. Понятие и особенности брифинга. Сходство и различия между пресс-конференцией и брифингом.

Информационный релиз и его основные виды. Инициированные публичные мероприятия: семинары, конференции, «круглые столы», дни открытых дверей и т.д.; цели и задачи таких мероприятий.

### Шкала оценивания.

Оценивание студента в процессе формирования и освоения компетенций в рамках изучения дисциплины «Медиарелейшнз»:

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

*Низкий уровень («неудовлетворительно/не зачтено»)* - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет их неуверенно, с ошибками.

*Пороговый (базовый) уровень («удовлетворительно/зачтено»)* - компетенция освоена удовлетворительно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

*Продвинутый уровень («хорошо/зачтено»)* - компетенция освоена достаточно хорошо. Студент знает теоретический материал по дисциплине, умеет применить эти знания на практике. Чётко и ясно формулирует свои мысли. Знает специальную литературу по профессиональным вопросам.

*Высокий уровень («отлично/зачтено»)* - компетенция освоена в полной мере или на продвинутом уровне. Студент знает теоретический материал, умеет применить эти знания на практике и имеет опыт в профессионально-практической деятельности. Приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности; демонстрирует способности к нестандартной интерпретации поставленного вопроса.

#### 4.4. Методические материалы

В начале семестра до студентов доводится информация о структуре набора баллов за семестр:

Максимальный балл за посещение занятий и активную работу в семестре (варианты вопросов, обсуждаемых на занятиях, приведены в п.4.2) – 40 баллов.

Максимальный балл за ответ во время сдачи зачета – 60 баллов.

Вес оценки на зачете превосходит максимальный балл за активную работу в семестре: оценивание производится на разных этапах формирования компетенций.

В результате каждый студент четко представляет структуру оценивания и потенциальные возможности по набору баллов.

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Медиарилейшнз» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Семинарские занятия дисциплины «Медиарилейшнз» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п.1 и п. 4.

#### Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы; последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

При организации обучения по дисциплине «Медиарилейшнз» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения семинарских занятий необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят главным образом в модерации образовательного процесса. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия.

### **Самостоятельная работа студентов**

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе в виде самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

Занятия по дисциплине «Медиарилейшнз» представлены практическими занятиями и самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с включенными в программу разделами теории коммуникаций, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, решением кейсов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям и впоследствии к зачету.

### **Текущая аттестация студентов.**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиарилейшнз» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Медиарилейшнз» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, уровень сформированности компетенций;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

### **Промежуточная аттестация студентов.**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиарилейшнз» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВПО. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия. Зачет принимает преподаватель, ведущий занятия. Итоговая оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом непосредственно во время сдачи зачета;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками «зачтено» и «не зачтено». Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала и уровень сформированности компетенций, предусмотренного данной рабочей программой.

### **Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший практическое занятие, отрабатывает его в форме дополнительных домашних заданий соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на практическом занятии вопросам в соответствии с программой дисциплины или в форме, предложенной преподавателем.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Основная литература.**

№ п/п	Фамилия и инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1.	Чумиков А.Н.	Медиарилейшнз: учебное пособие для студентов вузов	М.: Аспект Пресс	2014		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ru:3561/21062.htm">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ru:3561/21062.htm</a> 1

2.	Назайкин А.	Медиаарилейшнз на 100%: искусство взаимодействия с прессой	М.: Альпина Паблшер	2016		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/43693.html">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/43693.html</a>
3.	Богданов В.В., Комарова  И.М.	Теория и практика связей с общественностью.  Медиаарилейшнз: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственн  ый технический университет	2011		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/45040.html">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/45040.html</a>

## 6.2.Дополнительная литература.

№ п/п	Фамилия и инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Булатова С.Н.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие	Кемерово: Кемеровский государственн ый институт культуры	2012		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/22113.html">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/22113.html</a>
2	Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ- власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»	М.: ЮНИТИ- ДАНА	2015		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/52573.html">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/52573.html</a>
3	Шомова С.А. (и др.)	Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие для студентов вузов	М.: Аспект Пресс	2013		<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57079.html">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57079.html</a>

## 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). [http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie\\_o\\_samostoyatelnoi\\_rabote.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf)

## 6.4. Нормативные правовые документы: нет

## 6.5. Интернет-ресурсы



1. <http://ic.ragrani.ru/index.htm> (Интегрированные коммуникации)
2. [http://www.media-planning.ru/ru/advertising/theory\\_and\\_practice/index.htm](http://www.media-planning.ru/ru/advertising/theory_and_practice/index.htm) (Библиотека: теория и практика рекламы)
3. <http://adindustry.ru/> (Индустрия рекламы)
4. <http://www.advlab.ru/articles/article201.htm> (Интегрированные маркетинговые коммуникации: стратегический PR, маркетинг или что-то ещё?)
5. <http://zyckova-m.narod.ru/index/0-9> (Интегрированные маркетинговые коммуникации как конкурентное преимущество компании)
6. <http://dis.ru/library/528/25760/> (Интегрированные маркетинговые коммуникации)
7. <http://nashaucheba.ru/v33152/> (Интегрированные коммуникации)

#### 6.6. Иные источники

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) (Российская национальная библиотека)
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) (Национальная электронная библиотека)
3. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) (Российская государственная библиотека)
4. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
6. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. <https://e.lanbook.com/> (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. [www.google.ru](http://www.google.ru) (Поисковая система)
9. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) (Поисковая система)
10. Барковская Н.А. (сост.). Интегрированные маркетинговые коммуникации: краткий курс лекций для магистров направления подготовки 38.04.01 «Экономика» // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016.  
<http://www.sgau.ru/files/pages/23443/14702437762.pdf>

#### 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий: аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций, видео-лекций.

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Медиарилейшнз» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для демонстрации презентаций

PowerPoint, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;

- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.