

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт истории, международных отношений и социально-политических наук

Кафедра политических наук и регионалистики



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Политический PR»

По направлению подготовки	41.03.04 Политология
Профиль	Политическое управление и государственная политика
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная
Курс	2

Луганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Политический PR» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 41.03.04 Политология, профиль «Политическое управление и государственная политика» очной формы обучения.

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 41.03.04 Политология (с изменениями и дополнениями), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. N 814. Редакция с изменениями N 83 от: 08.02.2021 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

канд.ист.наук, доцент кафедры политических наук и регионалистики  
ФГБОУ ВО «ЛГПУ» Ладыга Л.И.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры политических наук и регионалистики

«01» декабря 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

политических наук и регионалистики



О.Г. Михайловская

ОДОБРЕНА на заседании учебно-методической комиссии Института истории, международных отношений и социально-политических наук

«12» декабря 2023 г., протокол № 4

Председатель

учебно-методической комиссии

ИИМОСПН



И.П. Акиншева

**СОГЛАСОВАНО:**

Директор Департамента образования



В.В. Савенков

## **Структура и содержание дисциплины**

### **1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе**

PR – необходимая функция государственного управления в условиях демократической системы. Развитие гражданского общества требует участия населения при принятии важных политических решений, а, следовательно, информационное и PR-сопровождение в государственных структурах выступает не только определенной гарантией их легитимного существования, но и влияет на эффективность деятельности.

Изучение данной учебной дисциплины представляет собой составную неотъемлемую часть подготовки квалифицированных специалистов. Курс «Политический PR» представляет собой одну из профилирующих дисциплин, предусматривающую изучение средств, механизмов, технологий социальных коммуникаций в сфере политики и управления.

**Целью изучения** дисциплины является подготовка студентов высшей школы в области политического PR, как одного из важных слагаемых современной политической науки и важнейшей составляющей коммуникационной деятельности, выработать практические навыки PR-деятельности применительно к современному обществу.

#### **Задачи:**

- рассмотреть социально-экономическую сущность, принципы, функции PR;
- выявить место и роль PR и массовой информации в рыночных условиях, его особенности;
- изучить особенности разработки PR стратегий для обеспечения конкурентных преимуществ для бизнеса, власти и общества;
- научить их использовать основные инструменты PR и массовой информации для реализации целей компании;
- исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм PR-деятельности.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины.**

Дисциплина «Политический PR» относится к части, формируемая участниками образовательных отношений, блока Б 1 «Дисциплины» учебного плана по направлению 41.03.04 Политология ОПОП бакалавриата. Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.12.02.

Дисциплина реализуется кафедрой политических наук и регионалистики.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания: сущности политических процессов, философские и политические категории, и их взаимосвязи, основ политического анализа и прогнозирования, области их применения в анализе политических процессов, основ психологии, теории психоанализа и области их применения в анализе политических процессов; умения использовать современные

технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач, анализировать и интерпретировать факты политической жизни, а также проводить аналогии между элементами политических теорий и реальными историческими событиями; владение категориальным аппаратом политической науки.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Политическая риторика», «Политическая культура и политическая этика», и служит основой для освоения дисциплин «Политический консалтинг», «Избирательные технологии», «PR и технологии проведения избирательных кампаний», «Политическая реклама» и др.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
ПК-2. Способен к участию в проведении политических и избирательных кампаний, к использованию знаний о других видах политической мобилизации	<p><b>ИДК ПК-2.1.</b> Разрабатывать стратегического плана избирательной кампании и определять тактики избирательной кампании.</p> <p><b>ИДК ПК-2.2.</b> Анализирует и конкретизирует политическую ситуацию при проведении избирательной кампании</p> <p><b>ИДК ПК-2.3.</b> Организует работу сотрудников штаба избирательной кампании, распределяет обязанности между сотрудниками избирательного штаба ставит задачи.</p>	<p><b>Знает:</b> предмет и структуру политических и избирательных кампаний; основы составления технических заданий, графиков и иной документации политических и избирательных кампаний;</p> <p><b>Умеет:</b> применять на практике основные техники и приемы в процессе проведения избирательных кампаний; четко определять функциональные обязанности штаба политической кампании;</p> <p><b>Владеет:</b> знаниями и методами политической инженерии для рационализации достижения политических целей.</p>
ПК-4. Способен обеспечивать информационную поддержку принятия политических решений, организовывать деятельность,	<p><b>ИДК ПК-4.1.</b> Выявляет проблемы, требующие управленческого решения, и организует экспертную диагностику ситуаций.</p> <p><b>ИДК ПК-4.2.</b> Участвует в реализации программы</p>	<p><b>Знает:</b> принципы и методы организации информационных кампаний;</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать и оценивать информацию, создавать</p>

связанную политической аналитикой консалтингом	с и	оказания консультационных услуг. <b>ИДК ПК-4.3.</b> Применяет стандартные инструменты и техники консультационной деятельности.	коммуникативные материалы; <b>Владеет:</b> навыками деловых и публичных коммуникаций
---	--------	--	--

## 4. Структура и содержание дисциплины

### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Очно-заочная форма / Заочная форма
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108</b> <b>(3 зач. ед)</b>	-
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов) в том числе:</b>	<b>36</b>	-
Лекции	24	-
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	-
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	27	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего часов)</b>	<b>33</b>	-
Форма аттестация	экзамен	-

### 4.2. Содержание разделов дисциплины

**Тема 1. Понятие PR и их место в современном обществе.** Понятие связей с общественностью. Возникновение и развитие PR. PR и политика. PR и шоу-бизнес. PR и информационные технологии. Исторические этапы возникновения и развития коммуникаций, тенденции эволюции. Основные вехи развития феномена массовых коммуникаций. Информационное и пост-информационное общество. Основные этапы развития технологии управления.

**Тема 2. Формирование общественного мнения.** Основные функции (цели и задачи PR): известность и узнаваемость, информирование и разъяснительная работа, формирование позитивного и привлекательного имиджа, управление репутацией, мониторинг и изучение общественного мнения, формирование общественного мнения... PR и пропаганда. «Черный пиар» и негативные PR-технологии. Негативные технологии PR: роль,

значение, возможности. Четыре модели PR: манипулятивная, информационная, разъяснительная, ответственное социальное партнерство.

**Тема 3. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.** Этика и профессиональные стандарты в СО. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.

**Тема 4. Формы подачи информационных материалов.** Подготовка материалов для СМИ: от «информационного повода» до паблисити. Создание и усиление новостей, различные новостные составляющие одного события. Общественная значимость новости. Новость и комментарии. Жанровые особенности PR -материалов для различных СМИ. Роль фотоиллюстрации в PR. Интернет и PR. Мониторинговый характер новостей и разбивка на части.

Утечка информации «в потоке новостей». Мониторинг публикаций в прессе. Электронное досье.

**Тема 5. PR и отношения с государством.** Деятельность во властных структурах. Координация деятельности служб PR. Работа PR структур с центральными и местными СМИ. Лоббирование интересов экономических субъектов во властных органах всех уровней. Роль служб PR в решении этих проблем. Работа с инвесторами с учетом возможных рисков. Значение работы с инвесторами. Деятельность службы связей с общественностью в финансовой сфере. Организация программы отношений с инвесторами. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ. Инструменты финансовых коммуникаций корпораций: годовой отчет, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.

**Тема 6. Работа со СМИ.** Принципы отношений с журналистским корпусом. Виды СМИ: пресса, электронные СМИ (радио, ТВ, информационные агентства, интернет). Типы СМИ. Их специфика и возможности для целей PR. Средства МК и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика. СМК как «четвертая власть». Манипулятивный потенциал СМК. Форматы распространения информации: новости и слухи. Выбор СМИ для сотрудничества. Разработка медиа-карты. Фоновая информация. Виды пресс-релизов и требования к их оформлению. Требования к подготовке и проведению пресс-конференции: время проведения, сценарий проведения, регистрация, ведение, раздаточные материалы, наглядные материалы, угощение. Посещение объектов и экскурсии. Приглашения журналистов на внутрифирменные мероприятия. Работа со СМИ в чрезвычайной (кризисной, скандальной) ситуации. Новостной менеджмент.

**Тема 7. Работа с органами власти.** Политика и лоббизм. Лоббирование и защита интересов фирмы. Участие в формировании и деятельности органов власти. Подготовка проектов законов и решений. Работа с электоратом. Информационное обеспечение органов власти. Организация общения представителей власти и делового мира. Союзы и объединения малого и среднего бизнеса. Статус лоббистской организации. Цивилизованное лобби и коррупция. Лобби и политическая демократия.

**Тема 8. Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR.** Отличия спонсорства, патронажа и благотворительности, их правовое оформление. Роль и потенциальные выгоды спонсирования. Виды деятельности, предпочитаемые для спонсорской поддержки, а также для благотворительности, причины предпочтений. Требования к договору о спонсорской поддержке.

**Тема 9. Брендинг как коммуникативная технология.** Бренд, имидж и репутация. Бренд как имиджево-репутационная составляющая рыночной стоимости зарегистрированной торговой марки и как месседж идентичности потребителя. Брендинг: разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге. Репутационный менеджмент. Бренд-интеграция менеджмента и бизнеса. Бренд-интегрированный менеджмент и работа с персоналом.

**Тема 10. Управление развитием PR. Оценка эффективности PR-деятельности.** Специализированные услуги агентств, бюро и т.п. в области PR. Преимущества обращения к услугам профессионалов и возможные проблемы и трудности. Организация PR-работы на фирме. Создание специальной службы и возможная координация работы других служб. Первые лица как организаторы PR. Планирование PR-деятельности, ее финансирование.

Требования к PR-компетентности и подготовке PR-специалистов. Комплекс личностных и деловых качеств организаторов PR. Составляющие элементы коммуникационной компетентности.

#### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма / Заочная форма
1 семестр			
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	2	-
2.	Формирование общественного мнения	4	-
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	-
4.	Формы подачи информационных материалов	2	-
5.	PR и отношения с государством	2	-
6.	Работа со СМИ	2	-

7.	Работа с органами власти	4	-
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR	2	-
9.	Брендинг как коммуникативная технология	2	
10	Управление развитием PR. Оценка эффективности PR-деятельности	2	
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>-</b>

#### 4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно- заочная форма / Заочная форма
1 семестр			
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	2	-
2.	Формирование общественного мнения	4	-
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	-
4.	Формы подачи информационных материалов	2	-
5.	PR и отношения с государством	2	-
6.	Работа со СМИ	2	-
7.	Работа с органами власти	4	-
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR	2	-
9.	Брендинг как коммуникативная технология	2	
10	Управление развитием PR. Оценка эффективности PR-деятельности	2	
Итого:		24	-

#### 4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является обучение навыкам работы с учебной и научно-теоретической литературой, которые необходимы для изучения курса, а также развития у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Основными ее формами являются:

- подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала, нормативной, основной, дополнительной литературы);
- работа над вопросами, выносимыми на самостоятельное изучение;
- выполнение во внеучебное время заданий различного уровня сложности на базе работы с основной и дополнительной литературой;



- подготовка к экзамену;
  - участие в научных студенческих конференциях.
- Возможные формы самостоятельной работы указаны в таблице.

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очно- заочная форма / Заочная форма
1 семестр				
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
2.	Формирование общественного мнения	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
4.	Формы подачи информационных материалов	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
5.	PR и отношения с государством	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
6.	Работа со СМИ	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
7.	Работа с органами власти	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию		-
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
9.	Брендинг как коммуникативная технология	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
10.	Управление развитием PR. Оценка эффективности PR-деятельности	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	3	-
Итого:			33	-

**4.7. Курсовые работы – не предусмотрены учебным планом.**

## **5. Методическое обеспечение, образовательные технологии**

В ходе изучения дисциплины «Политический PR» используется весь комплекс научно-исследовательских и педагогических методов и технологий для выполнения различных видов работ. В период прохождения дисциплины обучающиеся используют общенаучные и специальные методы научных исследований, современные методики и инновационные технологии. Курс предполагает просмотр видеоматериалов, в связи с этим используется ПК, проекционная аппаратура, обучающимися осуществляется поиск материалов в сети Интернет. Для подготовки и осуществления работы обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов, в т.ч. Adobe Illustrator, Power Point и другое специальное программное обеспечение.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется целью дисциплины, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины и составляет 4 часа.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий. Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.

2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).

3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Методическое обеспечение учебной дисциплины «Политический PR» помещено в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## **6. Формы контроля освоения учебной дисциплины.**

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими практические занятия, лабораторные работы по дисциплине в различных формах:

1. Устная форма – доклады на практических занятиях, решение теоретических и практических задач.

2. Письменная форма – контрольные опросы, контрольные работы, рефераты.

3. Устно-письменная форма диагностики компетенций: отчеты по аудиторным теоретическим и практическим заданиям и задачам с их устной защитой; отчеты по домашним теоретическим и практическим заданиям и задачам с их устной защитой.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного зачета (включает в себя ответ на теоретические вопросы и решение задачи).

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице:

### Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид учебной работы	Количество баллов	
4 семестр	ОФО	ОЗФО / ЗФО
Работа на практических занятиях	40	-
Написание и защита рефератов	10	-
Самостоятельная работа	20	-
Экзамен	30	-
<b>Всего за семестр</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них	

		не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	<b>63–74</b>	<b>D</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	<b>50–62</b>	<b>E</b> – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

Фонды оценочных средств, включающие планы практических занятий, практические задания, темы докладов и рефератов, вопросы к экзамену помещаются в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]/ А.А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 109 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-09415-2. – URL: <https://urait.ru/bcode/454486>

2. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс]/ В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 163 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07448-2. – URL: <https://urait.ru/bcode/455586>

3. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. [Электронный ресурс]. Часть 2. SMM, рынок М&А: учебник и практикум для вузов / В.Л. Музыкант. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 384 с. URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/451517>

### **б) дополнительная литература:**

1. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический проект, 2015. – 416 с.;

3. Моторкина М.В. СМИ как основной инструмент формирования имиджа органов государственной власти в условиях мирового финансового кризиса [Электронный ресурс] / М.В. Моторкина // Системное упр.: электрон. науч. периодическое изд. – 2008. – № 2. URL: <http://sisupr.mrsu.ru/2008-2/pdf/30-Motorkina.pdf>

1. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография [Электронный ресурс] / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с. URL: [http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56\\_04mg.htm](http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56_04mg.htm)

2. Кравченко В. И. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе: монография / В. И. Кравченко. – Спб. : Изд-во СибГУЭФ, 2003. – 119 с.

3. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. – Спб. : «Петербургское востоковедение», 2002. – 288 с.

4. Панарин И. Н. Информационная война и выборы / И. Н. Панарин. – М. : ОАО «Издательский дом «Гордец»», 2003. – 416 с.
5. Почепцов, Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2003. – 381 с.
6. Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия / под ред Л.М. Макушина. – Екатеринбург: изд-во Урал ун-та, 2002. – 266 с.
7. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный» технология скрытого управления людьми/ В. П. Шейнов. – М. : АСТ; Мн.: Харвест, 2005. – 672 с.
8. Кацы Д.В. Переговоры и посредничество: инструменты повседневной практики международного / Д. В. Кацы – СПб. : Изд-во С.-Петербург.ун-та, 2005. – 184 с.
9. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. – М. : Вильямс, 2000. – 624 с.;
10. Теория и практика связей с общественностью : учеб. для вузов / А. В. Кочеткова [и др.]. – СПб. : Питер, 2010. – 240 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

<a href="http://elibrary.rsl.ru/?menu=s410/elibrary/elibrary4454/science/&amp;lang=ru">http://elibrary.rsl.ru/?menu=s410/elibrary/elibrary4454/science/&amp;lang=ru</a>	Российская государственная библиотека
<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>	Научная электронная библиотека
<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
<a href="http://www.politintegra.ru/about/servicelist.html">http://www.politintegra.ru/about/servicelist.html</a>	Центр политического консалтинга «Полит Интегра»;
<a href="http://www.cpt.ru">http://www.cpt.ru</a>	Независимый фонд «Центр политических технологий»;
<a href="http://www.jourclub.ru">http://www.jourclub.ru</a> .	Электронная библиотека по гуманитарным, экономическим и юридическим дисциплинам

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным оснащением: проектор, колонки,

программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, телевизор, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-коммуникационной сети «Интернет».

[illegible][illegible]