

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра журналистики и связей с общественностью

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**  
**для студентов заочной формы обучения**  
*(с полным сроком обучения)*

по дисциплине **«Введение в профессию»**

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-  
структурах»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 3 зачетных единицы (108 ч.)

Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен

## **Краткое содержание курса**

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Тема 1. Связи с общественностью: понятие, функции, место в современном обществе.

Тема 2. История развития связей с общественностью.

Тема 3. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.

Тема 4. Основные этапы деятельности по связям с общественностью.

Тема 5. Реклама как вид деятельности.

Тема 6. Управление информацией в процессе PR-коммуникаций.

Тема 7. Основные инструменты специалиста по связям с общественностью.

Тема 8. Организация работы служб по связям с общественностью.

## **Семестр 1**

### **Форма промежуточного контроля**

#### **Экзамен**

#### **Вопросы к экзамену:**

1. Многообразие определений «связей с общественностью». Основные понятия.
2. Соотношение понятий и функций: связи с общественностью – пропаганда – маркетинг – реклама.
3. Основные исторические этапы развития связей с общественностью.
4. История развития американских «паблик рилейшнз» в новое и новейшее время.
5. Специфика развития связей с общественностью в России.
6. Международные и российские профессиональные объединения в сфере связей с общественностью.
7. Этические и профессиональные требования к специалистам по связям с общественностью.
8. Основные этапы проведения PR-кампании.
9. Информация, ее виды, механизмы распространения информации.
10. Основные приемы манипулирования информацией в процессе коммуникации.
11. Взаимодействие со средствами массовой информации, его основные формы и инструменты.
12. Пресс-релиз: основные формы, правила подготовки, каналы распространения.
13. Подготовка и проведение пресс-конференций: основные этапы и правила.
14. Событийный PR, основные формы и требования к проведению PR-мероприятий.
15. Основные принципы и формы организации деятельности пресс-службы организации.
16. Обеспечение доступа к информации о деятельности органов власти как главное направление работы государственных пресс-служб.
17. Основные направления связей с общественностью в политической сфере. Характеристика политического консультирования и лоббизма.

18. Роль связей с общественностью в проведении избирательных кампаний. Основные формы, этапы и приемы предвыборного PR.
19. Основные направления и специфика деятельности по связям с общественностью в экономической сфере.
20. Основные понятия, виды, формы и каналы распространения рекламы.

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:  
Основная литература:**

1. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. М. : Издательство Юрайт, 2017.
2. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. М. : Издательство Юрайт, 2017.
3. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. М.: Издательство Юрайт, 2017.
4. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 160 с.
5. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с.

**Дополнительная литература:**

1. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов / Чумиков Александр Николаевич. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дело, 2008. - 560с. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-7749-0515-7 : 313-00.
2. Богачева О. С. Продажа рекламной площади в газете. Аспект Пресс, 2002. 253 с.
3. Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе: учеб. пособие СПб.: филологический факультет СПбГУ, 2011.
4. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии: учебное пособие / А.В. Ульяновский. СПб., 2011.

**Издания из ЭБС:**

1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 256 с.

2. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 400 с.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

Научная электронная библиотека (НЭБ). URL: [elibrary.ru](http://elibrary.ru)

Электронная библиотека ЮРАЙТ. URL: <https://www.biblio-online.ru/>

Электронно-библиотечная система «Лань». URL: <https://e.lanbook.com/>

Электронная библиотека РУКОНТ. URL: <http://rucont.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL:

<http://www.iprbookshop.ru/>

Энциклопедический словарь. URL: [http://www.dict.t-mm.ru/enc\\_sl/](http://www.dict.t-mm.ru/enc_sl/)

Преподаватель  к.и.н. Тихомиров В.А.

Заведующий кафедрой  д.ф.н. Ерофеева И.В.