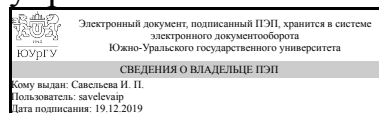


УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



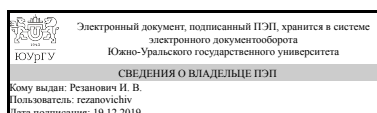
И. П. Савельева

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
к ОП ВО от 26.06.2019 №084-2201**

дисциплины ДВ.1.12.01 Управление коммуникациями в организации
для направления 38.03.03 Управление персоналом
уровень бакалавр **тип программы** Бакалавриат
профиль подготовки Управление персоналом организации
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Экономика труда и управление персоналом

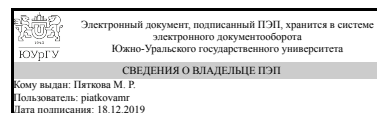
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки от 14.12.2015 № 1461

Зав.кафедрой разработчика,
д.пед.н., проф.



И. В. Резанович

Разработчик программы,
старший преподаватель



М. Р. Пяткова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать студентам представление о инструментах управления коммуникациями организации, о PR как средстве стратегического управления поведением во внешней и внутренней среде организации, инструменте влияния на них с помощью информационного взаимодействия. К задачам дисциплины относятся: • освоение методологии PR-решений; планирования PR-кампаний для внешних и внутренних целевых групп общественности; • формирование навыков разработки программы проведения мероприятий по связям с общественностью; • формирование навыков составления и презентации отчета по результатам проведенных мероприятий.

Краткое содержание дисциплины

Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью. Сущность, роль и значение связей с общественностью в современном обществе. Функции служб и специалистов по связям с общественностью. Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом Основные направления деятельности PR в управлении персоналом. Инструменты PR в управлении персоналом. Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Знать:основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; особенности развития связей с общественность в современной России;
	Уметь:применять основные методы и технологии связей с общественностью; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь при подготовке выступлений на различных новостных мероприятиях.
	Владеть:навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций; навыками организации и планирования PR-мероприятий; навыками подготовки материалов для непосредственной публикации в СМИ
ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Знать:теоретические основы планирования и организации корпоративных коммуникаций; особенности планирования и оценки эффективности PR-мероприятий.
	Уметь:проводить анализ информационного поля объекта PR и разрабатывать рекомендации по коррекции его имиджа; формировать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации; методами оценки качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.

Владеть: PR-методами управления корпоративными коммуникациями, формирования корпоративной культуры, конструирования имиджа организации; навыками информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.14 Организационная культура	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
В.1.14 Организационная культура	Знать: методы воздействия на культуру организации в зависимости от её величины и стадии развития; внутренние и внешние факторы, формирующие корпоративную культуру. Уметь: анализировать элементы организационной символики; выбирать приемы управления корпоративной культурой на той или иной стадии жизненного цикла организации. Владеть: теоретическим инструментарием для анализа реальных и учебных ситуаций, пониманием целей и приоритетов развития российских предприятий; приёмами и методами диагностики культуры организаций с точки зрения соответствия стратегии её развития и организационных изменений

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8
Лекции (Л)	2	2
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	6	6
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	64	64
Подготовка докладов и рефератов	10	10
Самостоятельное изучение тем дисциплины	38	38

Подготовка к зачету	16	16
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теория и практика связей с общественностью	2	1	1	0
2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом	2	1	1	0
3	Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	1	0	1	0
4	Инструменты PR в управлении персоналом	1	0	1	0
5	Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом	1	0	1	0
6	Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом	1	0	1	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире и современной России. Цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью .	1
1	2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом. Организационные основы работы PR-подразделений. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам. Планирование работы отдела связей с общественностью в управлении персоналом.	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Семинар по вопросам темы	1
1	2	Деловая игра «Создание PR-службы». Студенты распределяются в подгруппы по 5-6 человек. Группа выбирает PR-структуры, разрабатывает структуру подразделения, дает описание ее функций. Каждый участник группы выступает с докладом о выработанной программе. Оценка дается каждому студенту и группе в целом.	1
2	3	Кейс. Разработка программы социологического исследования. Проведение информационного аудита конкретной организации и создание медиапортрета.	1
2	4	Деловая игра «Проведение пресс-конференции». Студенты разрабатывают сценарный план организации и проведения пресс-конференции по самостоятельно выбранной или предложенной преподавателем теме.	1
3	5	Кейс. Определение целевых аудиторий корпоративных коммуникаций. Корпоративное позиционирование. По ситуационной задаче разобрать представленные для изучения вопросы.	1

3	6	Кейс. Студентам предлагается разработать показатели по эффективной работе PR-служб на примере конкретной организации.	1
---	---	---	---

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка докладов и рефератов	Список литературы по каждой теме студент подбирает самостоятельно, в том числе из списка основной и дополнительной литературы	10
Самостоятельное изучение тем дисциплины	Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008 Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана.	38
Подготовка к зачету	Рекомендуемая литература по курсу	16

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода к изучению наук	Лекции	В лекциях приводятся примеры, показывающие связь дисциплины с другими дисциплинами, изучаемыми студентами. (например, при изучении темы 3 необходимо использование знаний дисциплины «Конфликтология» и «Организационная культура»)	2
Использование методов, основанных на изучении практики (case studies)	Практические занятия и семинары	Задания для кейсов взяты из практики Российских и зарубежных компаний	2
Использование проектно-организованных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач	Практические занятия и семинары	Деловая игра (ПЗ № 2) предполагает решение комплексной задачи с использованием командного способа принятия решения	2

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Деловая игра «Создание PR-службы»	1
Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Решение кейсов	
Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Решение кейсов	
Все разделы	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	зачет	вопросы к зачету
Все разделы	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	зачет	вопросы к зачету
Инструменты PR в	ПК-38 владением навыками организации и	Деловая игра	2

управлении персоналом	ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	«Проведение пресс-конференции»	
Теория и практика связей с общественностью	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Выступление на семинарском занятии	3
Все разделы	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Бонусное задание	4

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
зачет	Зачет проводится в устной форме с целью текущего и итогового контроля знаний студентов — оценки уровня учебных достижений. Студент вытягивает вопрос для ответа, дается время на подготовку и потом заслушивается ответ, при необходимости задаются дополнительные, уточняющие вопросы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179). Максимум на зачете можно набрать 40 баллов.	Зачтено: прочно усвоил предусмотренный программный материал; - правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; - показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов - без ошибок выполнил практическое задание. Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в быстром или умеренном темпе. Рейтинг обучающегося за мероприятия больше или равно 60% (24 балла) Не зачтено: Выставляется студенту, который не справился с основным вопросом, в ответах на другие вопросы

		допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем. Целостного представления о взаимосвязях, компонентах, этапах развития культуры у студента нет. Оценивается качество устной и письменной речи, как и при выставлении положительной оценки. Рейтинг обучающегося за мероприятия меньше 60% (23 и менее баллов)
Решение кейсов	<p>Процедура оценивания: студент получает кейс-задание (проблемную ситуацию). Задача студента представить свое решение проблемы и аргументировать его. Время на анализ – 10 минут, время на презентацию своего решения – 5 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Критерии оценивания: 1. Точность и полнота усвоения условия задачи – 2 балла 2. Конструктивность выбранного способа решения – 4 балла 3. Обоснованность выбранного способа решения. – 4 балла Максимальное количество баллов – 10 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179).</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия больше или равно 60% (6 баллов) Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия меньше 60% (5 и менее баллов)</p>
Деловая игра «Создание PR-службы»	<p>В ходе практического занятия студенты участвуют в деловой игре «Создание PR-службы». В ходе деловой игры необходимо выполнить три упражнения – 2 групповых, 1 – индивидуальное. Оценивается: вклад обучающегося в групповые упражнения, участие в обсуждениях, представление информации, владение теоретическим аппаратом. Максимальное количество баллов – 10 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179).</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия больше или равно 60% (6 баллов) Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия меньше 60% (набрано 5 и менее баллов)</p>
Деловая игра «Проведение	В ходе практического занятия студенты участвуют в деловой игре	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия больше или равно 60% (6

<p>пресс-конференции»</p>	<p>«Проведение пресс-конференции». В ходе деловой игры необходимо выполнить три упражнения – 2 групповых, 1 – индивидуальное. Оценивается: вклад обучающегося в групповые упражнения, участие в обсуждениях, представление информации, владение теоретическим аппаратом. Максимальное количество баллов – 10 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179).</p>	<p>баллов) Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия меньше 60% (набрано 5 и менее баллов)</p>
<p>Выступление на семинарском занятии</p>	<p>На семинарском занятии студент представляет доклад с презентацией (темы докладов выбираются из предложенного преподавателем списка). Доклады могут быть представлены подгруппой студентов (2-3 человека). Время, отведенное на презентацию: 10-15 мин. Презентация должна содержать теоретический материал и примеры из практики. Во время презентации студенты должны выступать, рассказывая материал, быть готовыми отвечать на вопросы. Критерии оценивания: 1. Использование материалов из дополнительных источников, интернет ресурсов – 2 балла 2. Соответствие структуры задания – 2 балла 3. Оригинальность представленной работы – 2 балла 4. Ответ на дополнительные вопросы – 2 балла 5. Использование примеров из практики – 2 балла При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179).</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия больше или равно 60% (6 баллов) Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятия меньше 60% (набрано 5 и менее баллов)</p>
<p>Бонусное задание</p>	<p>Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179). Максимально возможная величина бонус-рейтинга +15 %.</p>	<p>Зачтено: +15 % за победу в олимпиаде международного уровня+10 % за победу в олимпиаде российского уровня+5 % за победу в олимпиаде университетского уровня+1 % за участие в олимпиаде Не зачтено: -</p>

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
зачет	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы развития СО. 2. Сущность СО. Сравнительный анализ подходов к определению СО. 3. Деятельность по СО: субъект, объект, цель, принципы. 4. Общие задачи PR – деятельности. 5. Исследовательская деятельность в СО. 6. Схема анализа информационного поля (медиапортрет). 7. Измерение эффективности деятельности в СО. 8. Основные показатели медиаметрического анализа. 9. Понятие, цели и написание программы PR – кампании. 10. Особенности PR – текстов и общие требования к их подготовке. 11. Информационный жанр новостных текстов. Заметка. Случай. Репортаж. (Сравнительная характеристика). 12. Информационный жанр новостных текстов. Сравнительная характеристика всех видов интервью. 13. Аналитический жанр новостных текстов. Статья. Сущность и виды. 14. Аналитический жанр новостных текстов. Версия и журналистское расследование. Сравнительная характеристика. 15. Аналитический жанр новостных текстов. Рецензия и социологическое резюме. Сравнительная характеристика. 16. Художественно-публицистический жанр новостных текстов. 17. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. 18. Новостные материалы. Пресс-релиз: оформление, структура, форма. 19. Новостные материалы. Биография. Заявление. Меморандум. Медиа--kit. 20. Отличительные характеристики основных новостных PR – мероприятий. 21. Пресс – конференция. 22. Брифинг. 23. Конференция. 24. Презентация. 25. Пресс-тур. 26. Клубный вечер. 27. Особенности организации PR – компаний в сети Internet.. 28. Корпоративный сайт. 29. Корпоративный сайт с элементами портала. 30. Интернет – портал. 31. Антикризисный PR. Понятие кризиса. Цели и задачи антикризисного PR. 32. Антикризисный PR. Работа с Целевыми аудиториями в условиях кризиса. 33. Антикризисный PR. Правила поведения в кризисных ситуациях и исключения из них. 34. Антикризисный PR. Версия как элемент нейтрализации последствий кризиса.
Решение кейсов	<p>Кейс. Разработка программы социологического исследования. Проведение информационного аудита конкретной организации и создание медиапортрета.</p> <p>Кейс. Определение целевых аудиторий корпоративных коммуникаций.</p> <p>Корпоративное позиционирование. По ситуационной задаче разобрать представленные для изучения вопросы.</p> <p>Кейс. Студентам предлагается разработать показатели по эффективной работе PR-служб на примере конкретной организации.</p>
Деловая игра «Создание PR-службы»	<p>Деловая игра «Создание PR-службы». Студенты распределяются в подгруппы по 5-6 человек. Группа выбирает PR-структуры, разрабатывает структуру подразделения, дает описание ее функций. Каждый участник группы выступает с докладом о выработанной программе. Оценка дается каждому студенту и группе в целом</p>

Деловая игра «Проведение пресс-конференции»	Деловая игра «Проведение пресс-конференции». Студенты разрабатывают сценарный план организации и проведения пресс-конференции по самостоятельно выбранной или предложенной преподавателем теме.
Выступление на семинарском занятии	Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире и современной России. Цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью.
Бонусное задание	Олимпиады и конкурсы в рамках вопросов дисциплины "Управление коммуникациями в организации"

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Кривонос, А. Д. Основы теории связей с общественностью Текст учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривонос, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учеб. пособие В. М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2009. - 206, [1] с. ил.
3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 206, [1] с.
4. Минаева, Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с. ил.
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации". - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.
6. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью Текст учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" (модуль дисциплин "Коммуникология") Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К : Издательство Шаркова, 2012. - 591 с. 21 см

б) дополнительная литература:

1. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний Текст учебник для высш. проф. образования по направлению "Реклама и связи с общественностью" Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - М.: Академия, 2014. - 269, [1] с. ил.
2. Лычагина, И. Н. Антикризисный PR-менеджмент в коммерческих структурах Текст учеб. пособие по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" И. Н. Лычагина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 49, [2] с. ил.

3. Скнарев, Д. С. Основы теории коммуникации Текст метод. указания по проведению практ. занятий по направлению "Реклама и связи с общественностью" Д. С. Скнарев ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2015. - 31, [2] с.

4. Чумиков, А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: КноРус, 2010

5. Шарков, Ф. И. Брендинг и культура организации: Управление брендом как элементом культуры организации Учеб. для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Ф. И. Шарков, В. А. Ткачев; Акад. труда и социал. отношений, Ин-т экономики и культуры; Акад. труда и социал. отношений, Ин-т экономики и культуры. - М.: Перспектива: Социальные отношения, 2003. - 266 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Бизнес, Организация, стратегии, Системы (БОСС)Издатель: «Бизнес и компьютер»

2. БИКИ.Издатель: ОАЛ «Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИИКИ)»

3. Маркетинг.Издатель: Центр маркетинговых исследований и менеджмента (ЦМИ) ГУУ

4. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.Издатель: ИД Гребенникова

5. Маркетинг в России и за рубежом.Издатель: Издат группа «Дело и сервис».Издательство «Финпресс»

6. Секрет фирмы.Издатель: Издательский дом «Коммерсантъ»

7. Рекламный журнал (до 1999г. «Московское обозрение»).Издатель: ИД Гребенникова

8. Маркетолог.Издатель: «РОСМЕДИА»

9. 12. Служба PR.Издательский дом «Панорама»

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

2. Методические указания по дисциплине

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

4. Методические указания по дисциплине

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в	Доступность (сеть Интернет /
---	----------------	-------------------------	------------------------	------------------------------

			электронной форме	локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный
2	Дополнительная литература	Барежев, В.А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/63821 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	451 (2)	ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Практические занятия и семинары	429 (2)	ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Самостоятельная работа студента	114-2 (2)	ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета