

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
проректор

\_\_\_\_\_ П.А. Машаров  
«17» апреля 2025 г.  
МП

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Укрупненная группа направлений  
подготовки  
Программа высшего образования  
Направление подготовки

Направленность (профиль)  
образовательной программы  
Квалификация  
Форма обучения

42.00.00 Средства массовой информации и  
информационно-библиотечное дело  
Программа бакалавриата  
42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью  
Реклама и связи с общественностью  
  
Бакалавр  
Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины «**Основы связей с общественностью**» для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры журналистики,  
канд. хим. наук, ст. научн. сотр.

В.П. Безродный

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.  
Протокол от 10.04.2025 г. № 9-а

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета  
15.04.2025 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.  
Протокол от 15.04.2025 г. № 4.  
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной  
образовательной программы,  
д-р наук по соц. коммуникац., доц.  
10.04.2025 г.

И.М. Артамонова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Теория журналистики.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины: Организация PR-мероприятий, Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления, Технологии PR в сфере политики, Технологии PR в сфере шоу-бизнеса, Технологии связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД1. Основы связей с общественностью
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	1	34	–	17	93	144	экзамен
Заочная	1	1	6	–	4	134	144	экзамен

## 3. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Получение базовых знаний в области теоретических основ связей с общественностью, истории и перспектив, технологий, регулирования этой сферы деятельности; понимание целей.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ  
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ  
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	ПК-1.1.1. Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.1.2. Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.1.3. Владеет навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ПК-1.2.1. Знает методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.2.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.2.3. Владеет навыком реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ПК-1.3.1. Знает технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПК-1.3.2. Умеет ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами

		массовой информации ПК-1.3.3. Владеет навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, поддержки коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
--	--	--

## 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
<b>Раздел 1. Основы связей с общественностью</b>	
Тема 1. Введение.	1.1.Понятие связей с общественностью. 1.2.PR как соединение науки и искусства, технологий и менеджмента. 1.3.Значение и содержание связей с общественностью.
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2.1.Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью. 2.2.Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации. 2.3.Правила составления текстов для выступлений.
<b>Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ</b>	
Тема 3. Общие правила работы со СМИ	3.1.Основные правила взаимодействия PR со СМИ. 3.2.Интервью как важнейший жанр в работе PR со СМИ. 3.3.Мониторинг СМИ.
Тема 4. Работа с прессой	4.1.Материалы PR для прессы. 4.2.Пресс-релизы. 4.3.Пресс-конференции. 4.4.Мероприятия с участием журналистов. 4.5.Медиа-карта.
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	5.1.Взаимодействие PR с радио- и телевидением. 5.2.Телеинтервью. 5.3.Социальная реклама. 5.4.Видеоконференции. 5.5.Подготовка видеосюжетов, фильмов.
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	6.1.Основные направления работы PR в интернете: массовая коммуникация, взаимоотношения с группами, отношения со СМИ. 6.2.Веб-сайт. 6.3.PR-мероприятия он-лайн.
<b>Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения</b>	
Тема 7. Отношения с потребителями	7.1.Цели отношений с потребителями. 7.2.Продвижение товаров и услуг. 7.3.Особенности работы PR в продвижении «новых» и «старых» товаров и услуг. 7.4.Товары и услуги массового и индустриального назначения. 7.5.Работа с рекламациями.
Тема 8. Отношения с	8.1.Причины необходимости усиления работы PR с персоналом в

персоналом	компаний. 8.2.Обеспечение коммуникаций в компании. 8.3.Средства внутриорганизационных коммуникаций.
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	9.1.Цели и задачи взаимодействия PR с государственными и местными органами власти. 9.2.Лоббирование интересов.
Тема 10. Отношения с инвесторами	10.1.Цели и задачи взаимодействия PR с инвесторами. 10.2.Планирование взаимоотношений с инвесторами. 10.3.Виды информации для инвесторов.
<b>Раздел 4. Комплексные мероприятия</b>	
Тема 11. Формирование имиджа	11.1.Понятие имиджа. 11.2.Управление формированием имиджа. 11.3.Корпоративный имидж.
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	12.1.Организация и проведение открытий, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов. 12.2.Выставки и ярмарки. Цели участия в выставках. Организация участия в выставке. Формирование экспозиций.
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	13.1.Кризисный менеджмент. 13.2.Управление кризисом и роль PR. 13.3.Коммуникации в кризисной ситуации.

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1.Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Раздел 1. Основы связей с общественностью</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>21</b>
Тема 1. Введение	2	-	1	8	11
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2	-	1	7	10
<b>Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>30</b>	<b>51</b>
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	4	-	2	8	14
Тема 4. Работа с прессой	4	-	2	8	14
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	4	-	2	8	14
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	2	-	1	6	9
<b>Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>26</b>
Тема 7. Отношения с потребителями	2	-	1	4	7
Тема 8. Отношения с персоналом	2	-	1	4	7
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	1	-	1	4	6
Тема 10. Отношения с инвесторами	1	-	1	4	6
<b>Раздел 4. Комплексные мероприятия</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>32</b>	<b>46</b>

Тема 11. Формирование имиджа	2	-	1	6	9
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий	6	-	2	20	28
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	2	-	1	6	8
<b>ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП</b>	<b>34</b>	<b>-</b>	<b>17</b>	<b>93</b>	<b>144</b>

## 6.2. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Раздел 1. Основы связей с общественностью</b>	<b>0,5</b>	<b>-</b>	<b>0,5</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
Тема 1. Введение	0,25	-	0,25	7,5	8
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	0,25	-	0,25	7,5	8
<b>Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1,75</b>	<b>52</b>	<b>55,75</b>
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	0,5	-	0,25	15	15,75
Тема 4. Работа с прессой	0,5	-	0,5	15	16
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	0,5	-	0,5	15	16
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	0,5	-	0,5	7	8
<b>Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>31</b>
Тема 7. Отношения с потребителями	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 8. Отношения с персоналом	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 10. Отношения с инвесторами	0,5	-	0,25	7	7,75
<b>Раздел 4. Комплексные мероприятия</b>	<b>1,5</b>	<b>-</b>	<b>0,75</b>	<b>39</b>	<b>41,25</b>
Тема 11. Формирование имиджа	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий	0,5	-	0,25	25	25,75
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	0,5	-	0,25	7	7,75
<b>ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>134</b>	<b>144</b>

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Контрольные вопросы

#### Раздел 1. Основы связей с общественностью

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью. Сформулируйте цели, задачи и содержание работы ПР-служб.
2. В чем состоит суть манипулятивной модели Дж. Грюнига? Укажите основные ее характеристики.

3. В чем суть модели информирования общества (журналистской) Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

4. В чем суть двусторонней асимметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

5. В чем суть двусторонней симметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

## **Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ**

6. Какие способы коммуникации используют PR-службы? Что такое вербальные и невербальные способы коммуникации?

7. Публичные выступления как важнейшая форма коммуникации в работе PR. Каковы их цели, особенности и правила подготовки.

8. Укажите основные правила подготовки текстовых материалов в сфере связей с общественностью. Каковы отличия текстов для устных выступлений и письменных материалов?

9. Охарактеризуйте общие правила взаимоотношений PR со СМИ.

10. Охарактеризуйте основные функции пресс-службы. Сопоставьте деятельность пресс-службы и PR-службы.

11. Какие мероприятия могут проводить организации с участием журналистов? Укажите их цель и содержание.

12. Назовите основные правила подготовки и проведения пресс-конференции.

13. Как давать интервью? Основные правила для интервьюируемого.

14. Что такое мониторинг СМИ? Каковы его цель, виды и формы? Какие сведения необходимы для проведения мониторинга?

## **Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения**

15. Назовите особенности работы PR-служб с прессой. Что нужно знать работнику PR-службы о печатных изданиях?

16. Какие материалы готовит PR-служба для журналистов? Дайте их краткую характеристику.

17. Какую информацию должен содержать пресс-релиз? Какие категории пресс-релиза различают? Какова структура пресс-релиза?

## **Раздел 4. Комплексные мероприятия**

18. Укажите особенности и целевое назначение занимательных, авторских и обзорных статей, кейс-историй.

19. В каких случаях PR-службы используют такие формы материалов для журналистов, как факт-лист, «вопрос-ответ» и заявление?

20. Каковы направления деятельности PR-служб в интернете? Дайте их краткую характеристику.

### **7.2. Темы докладов (рефератов)**

1. Способы коммуникации в сфере связей с общественностью. Составление текстов для выступлений.

2. Основные правила взаимодействия PR со СМИ.

3. Подготовка материалов PR для прессы.

4. Проведение пресс-конференций.

5. Составление медиа-карты г. Донецка.

6. Наполнение веб-сайта.

7. Мониторинг СМИ. Подготовка пресс-клиппинга.

8. Проведение круглого стола.



9. Продвижение товаров и услуг. Презентация нового товара.
10. Разработка корпоративного стиля.
11. Отношения с органами власти.
12. Организация и проведение специальных мероприятий. Организация приема по случаю юбилея организации.
13. Участие в выставках и ярмарках. Формирование экспозиций.

### 7.3. Темы письменных работ

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

### 7.4. Образец содержания экзаменационного билета

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»**  
Факультет филологический

*Программа подготовки:* **бакалавриат**  
*Направление подготовки:* **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
*Магистерская программа:* **Реклама и связи с общественностью**  
*Очная форма обучения. Семестр* **1**  
*Заочная форма обучения. Семестр* **2**  
*Учебная дисциплина* **Основы связей с общественностью**

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1**

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью.
2. Охарактеризуйте PR-мероприятия, которые могут проводиться в режиме онлайн.
3. Практическое задание.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующая кафедрой \_\_\_\_\_ И.М. Артамонова  
 Экзаменатор \_\_\_\_\_ В.П. Безродный

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

### **8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ**

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

#### 8.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
<b>ИТОГО</b>		<b>50</b>
<b>Экзамен</b>		<b>50</b>
<b>Общий итог за семестр</b>		<b>100</b>

## 8.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
<b>ИТОГО</b>		<b>50</b>
<b>Экзамен</b>		<b>50</b>
<b>Общий итог за семестр</b>		<b>100</b>

## Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

## 9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

## 11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 232 с.
2. Жильцов О.Н., Синяева И.М. Связи с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 338 с.

3. Пищугина О.С., Зенков А.С. Роль СМИ в PR- кампании // Академическая публицистика. - 2017. - № 4. - С. 392 - 397.
4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии / Под ред. В.М. Горозова, Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 224 с.
5. Чернышева Т. Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие. / Т.Л. Чернышева – НГТУ, 2018. - 140 с.

### 11.2. Дополнительная литература

1. Мирзаханов М.А., Амвросова О.Н. О роли средств массовой информации в современном обществе // Инновационные технологии в науке и образовании. - 2015. - № 4. - С. 470 - 472.
2. Федотова Л.Н. Общественное мнение. О рекламе и связях с общественностью. - М.: Издательство МГУ, 2013. - 424 с.
3. Мишина Л.А. Связи с общественностью. [Электронный ресурс] / Л.А. Мишина – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika/m009/toc.htm> - Заглавие с экрана.
4. Колмогоров, А. Н. Элементы теории функций и функционального анализа / А. Н. Колмогоров, С. В. Фомин ; Моск. гос. - 7-е изд. - М. : Физматлит, 2004. - 570 с.

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

## 13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)

4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).