

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления, экономики и финансов  
Центр бакалавриата Менеджмент



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной деятельности КФУ  
проф. Таюрский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Управление внешними коммуникациями и связь с общественностью

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Сафина А.А. (кафедра общего менеджмента, Институт управления, экономики и финансов), AASafina@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать сущность внешних коммуникаций и их виды;

- основные элементы коммуникационного процесса и принципы управления внешними коммуникациями;
- понятие и методы публич рилейнз (PR);
- понятие и виды PR-стратегий, современные технологии PR, а также знать тенденции в управлении внешними коммуникациями и PR

Должен уметь:

Уметь

- диагностировать отдельные характеристики внешних коммуникаций;
- анализировать каналы внешних коммуникаций и определять целевые группы;
- разрабатывать современные PR- стратегии;
- использовать современные технологии PR.

Должен владеть:

Владеть

- основополагающими знаниями о технологии формирования PR-стратегий;
- профессиональной терминологией;
- знаниями принципов и правил управления внешними коммуникациями;
- навыками конструирования корпоративного имиджа.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.02.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Предпринимательство)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 6 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. Понятие коммуникаций. Виды коммуникаций 1. Коммуникации как функция менеджмента. 2. Основные элементы коммуникационного процесса.	6	2	2	0	6
2.	Тема 2. Тема 2. Характеристика внешних коммуникаций 1. Понятие и цели внешних коммуникаций. 2. Принципы управления внешними коммуникациями.	6	2	2	0	6
3.	Тема 3. Тема 3. PR как инструмент внешних коммуникаций 1. Понятие публик рилейшнз. 2. Методы публик рилейшнз.	6	4	4	0	8
4.	Тема 4. Тема 4. PR-стратегия предпринимательской компании 1. Понятие и типы PR- стратегии. 2. Современные коммуникативные стратегии корпораций в России и за рубежом	6	4	4	0	8
5.	Тема 5. Тема 5. Каналы внешних коммуникаций 1. Анализ каналов внешних коммуникаций. 2. Определение целевой группы. 3. Особенности коммуникаций с различными целевыми группами.	6	2	4	0	6
6.	Тема 6. Тема 6. Современные технологии PR 1. Эволюция технологий PR. 2. Конструирование корпоративного имиджа. 3. Планирование коммуникационной кампании с использованием современных технологий PR. 4. Современные технологии PR в бизнесе.	6	6	6	0	10
7.	Тема 7. Тема 7. Тенденции в управлении внешними коммуникациями и PR- 1. Нестандартные творческие решения и походы к реализации PR-кампании. 2. Антикризисный PR. 3. Современная практика организации кампаний по защите репутации. 4. Digital PR и работа в социальных медиа и в сети Интернет	6	6	6	0	10
	Итого		26	28	0	54

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### **Тема 1. Тема 1. Понятие коммуникаций. Виды коммуникаций 1. Коммуникации как функция менеджмента. 2. Основные элементы коммуникационного процесса.**

Тема 1. Понятие коммуникаций. Виды коммуникаций.

Сущность и понятие коммуникаций. Коммуникация - это связующая функция менеджмента. Основные виды коммуникаций. Роль коммуникаций в управлении. Коммуникационный процесс. Этапы и элементы коммуникационного процесса. Коммуникационные барьеры и методы их преодоления.

##### **Тема 2. Тема 2. Характеристика внешних коммуникаций 1. Понятие и цели внешних коммуникаций. 2. Принципы управления внешними коммуникациями.**

Тема 2. Характеристика внешних коммуникаций.

Что собой представляют внешние коммуникации. Особенности управления внешними коммуникациями. Отличительные особенности внешних коммуникаций от внутренних и маркетинговых. Принципы формирования эффективных внешних коммуникаций. Влияние внешних коммуникаций на финансовую деятельность предприятия.

**Тема 3. Тема 3. PR как инструмент внешних коммуникаций 1. Понятие публич рилейшнз. 2. Методы публич рилейшнз.**

Тема 3. PR как инструмент внешних коммуникаций.

Сущность и понятие PR. Основные цели PR, функции, этапы развития. виды PR: политический PR; торговый или маркетинговый PR; медиа PR. Основные методы публич рилейшнз: социологические, психологические, методы воздействия из СМИ. Акцент на методы из массмедиа: "Утвердительные высказывания", "Применение слоганов", "Сосредоточение на нескольких особенностях", "Использование групп влияния", "Создание контраста", "Сравнение", "Продвижение"

**Тема 4. Тема 4. PR-стратегия предпринимательской компании 1. Понятие и типы PR- стратегии. 2. Современные коммуникативные стратегии корпораций в России и за рубежом**

Тема 4. PR-стратегия предпринимательской компании.

Понятие PR-стратегии. Основные типы стратегий. Этапы создания PR-стратегии. Профессиональные сервисы анализа интернет пространства. Работа с целевой аудиторией, методы отбора целевой аудитории с помощью современных технологий (тергетинг). Составление портрета целевой аудитории. Google Analytics, Яндекс.Метрика, SimilarWeb - инструменты сбора дополнительной информации о потенциальных клиентах. Основные инструменты реализации PR-стратегий: СМИ;

мероприятия;технические средства связи;индивидуальные (личные) контакты. Основные ошибки при реализации PR-стратегий.

**Тема 5. Тема 5. Каналы внешних коммуникаций 1. Анализ каналов внешних коммуникаций. 2. Определение целевой группы. 3. Особенности коммуникаций с различными целевыми группами.**

Тема 5. Каналы внешних коммуникаций.

Классификация коммуникативных каналов по пропускной способности и пригодности для различных сообщений. Особенности различных видов внешних коммуникаций. Особенности создания эффективных каналов внешних коммуникаций. Современные инструменты создания внешних коммуникаций.

**Тема 6. Тема 6. Современные технологии PR 1. Эволюция технологий PR. 2. Конструирование корпоративного имиджа. 3. Планирование коммуникационной кампании с использованием современных технологий PR. 4. Современные технологии PR в бизнесе.**

Тема 6. Современные технологии PR.

PR в Античности, в эпоху Ренессанса и в новое время.

Сущность, понятие и элементы корпоративного стиля. Главные константы корпоративного стиля: торговая марка (логотип);

фирменный блок;

набор шрифтов;

фирменные цвета;

графические символы;

рекламный девиз (слоган).

Основные современные инструменты построения бренда. Особенности измерения бренда. Особенности формирования бюджета на PR - деятельность.

**Тема 7. Тема 7. Тенденции в управлении внешними коммуникациями и PR- 1. Нестандартные творческие решения и походы к реализации PR-кампании. 2. Антикризисный PR. 3. Современная практика организации кампаний по защите репутации. 4. Digital PR и работа в социальных медиа и в сети Интернет**

Тема 7. Тенденции в управлении внешними коммуникациями и PR.

Особенности и проблемы в разработке PR-кампаний. Сущность Digital PR. Особенности работы в социальных медиа и в сети Интернет. Современная российская и мировая практика организации кампаний по защите репутации. Анализ практики самых успешных мировых PR-кампаний.

**5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

Включаем обаяние. Джек Шафер и Марвин Карпинс.pdf -

JNYVDzKzsMNFCQ62h5PqkxrGoiR7InVybcI6lInhLWRpc2stcHVibGijOi8vaHNEeUjtjK09SV0NpbkJsNWY4cThEM2tWOWd4TG

Книга - "Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов". (Автор - Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин). Формат - word. - [http://univer.nuczu.edu.ua/tmp\\_metod/690/Kniga\\_-\\_Pablik\\_Releishns\\_%28Frenk\\_Dzhefkins\\_pr%29.pdf](http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/690/Kniga_-_Pablik_Releishns_%28Frenk_Dzhefkins_pr%29.pdf)

Шортер, Лоуренс Книга ленивого гуру. Поток. Результаты. Без усилий / Лоуренс Шортер ; пер. с англ. И.

Айзятуповой. ? М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. ? 256 с. -

[https://docviewer.yandex.ru/view/0/?page=4&\\*=%sYvGgcAmtmMtGvqdWMn3bzEGil7InVybcI6lInhLWRpc2stcHVibGijOi8vcWF0](https://docviewer.yandex.ru/view/0/?page=4&*=%sYvGgcAmtmMtGvqdWMn3bzEGil7InVybcI6lInhLWRpc2stcHVibGijOi8vcWF0)

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Включаем обаяние. Джек Шафер и Марвин Карпинс.pdf -

[https://docviewer.yandex.ru/view/0/?page=1&\\*=%sYvGgcAmtmMtGvqdWMn3bzEGil7InVybcI6lInhLWRpc2stcHVibGijOi8vaHNE](https://docviewer.yandex.ru/view/0/?page=1&*=%sYvGgcAmtmMtGvqdWMn3bzEGil7InVybcI6lInhLWRpc2stcHVibGijOi8vaHNE)



Книга - "Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов". (Автор - Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин). Формат - word. - [http://univer.nuczu.edu.ua/tmp\\_metod/690/Kniga\\_-\\_Pablik\\_Relejsnhs\\_%28Frenk\\_Dzhefkins\\_pr%29.pdf](http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/690/Kniga_-_Pablik_Relejsnhs_%28Frenk_Dzhefkins_pr%29.pdf)

Шортер, Лоуренс Книга ленивого гуру. Поток. Результаты. Без усилий / Лоуренс Шортер ; пер. с англ. И.

Айзятуловой. ? М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. ? 256 с. -

2B0YDRgtC10YAucGRmliwibm9pZnJhbWUiOmZhbHNILCJ1aWQiOilwliwidHMiOjE1OTgwMDgyNDg5NjlsInI1ljoiodQ2MTAwM

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется реализация навыков решения задач в области управления ресурсами организации, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по: лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия : изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа является одним из видов учебной деятельности обучающихся, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. Самостоятельная работа проводится с целью: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; - углубления и расширения теоретических знаний; - формирования умений использовать специальную литературу; - развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности; - формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; - развития исследовательских умений. Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются: - выполнение практических работ ; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными; - само- и взаимопроверка выполненных заданий; - решение проблемных и ситуационных задач. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: - готовность студентов к самостоятельному труду; - наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала; - консультационная помощь. Самостоятельная работа может проходить в компьютерном зале, библиотеке, дома. Самостоятельная работа тренирует волю, воспитывает работоспособность, внимание, дисциплину и т.д.

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>Экзаменационные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и цели внешних коммуникаций.</li> <li>2. Основные принципы управления внешними коммуникациями.</li> <li>3. Бизнес-коммуникации: понятие, основные виды и модели.</li> <li>4. PR как организационная подсистема.</li> <li>5. Корпоративная PR-стратегия: типология.</li> <li>6. Структура PR-стратегии.</li> <li>7. Этапы разработки PR-стратегии, особенности реализации.</li> <li>8. Формы внешних коммуникаций.</li> <li>9. Аудитории воздействия и каналы коммуникации: специфика работы с различными целевыми группами.</li> <li>10. Финансовый PR.</li> <li>11. Инвесторский PR.</li> <li>12. Специфика деятельности службы по связям с общественностью в государственном и политическом секторе.</li> <li>13. Функции службы по связям с общественностью (СО) в коммерческом секторе.</li> <li>14. Сущностные характеристики PR-деятельности и профессионально-личностные качества специалистов по СО.</li> <li>15. Система СМИ: структура, специфика информационных каналов и их взаимодействие</li> <li>16. Система жанров российской печати: традиции и обновление.</li> <li>17. Источники и методы сбора информации в журналистике и СО.</li> <li>18. Основные характеристики PR-информации.</li> <li>19. Структура имиджа компании.</li> <li>20. Имиджмейкинг персоны.</li> <li>21. Классификация PR-текстов и система жанров PR-текста.</li> <li>22. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой организации.</li> <li>23. Характеристика комбинированных PR-текстов.</li> <li>24. Особенности коммуникаций с различными целевыми группами.</li> <li>25. Эволюция технологий PR.</li> <li>26. Конструирование корпоративного имиджа.</li> <li>27. Планирование коммуникационной кампании с использованием современных технологий PR.</li> <li>28. Современные технологии PR в бизнесе.</li> <li>29. Современная практика организации кампаний по защите репутации.</li> <li>30. Сущность понятий "торговая марка", "товарный знак" и "бренд"</li> <li>31. Измерение бренда.</li> <li>32. Современные коммуникативные стратегии корпораций в России и за рубежом.</li> <li>33. Ивент- мероприятия: сущность и разновидности.</li> <li>34. Корпоративный стиль.</li> <li>35. Брендинг и кобрендинг.</li> <li>36. Инструменты построения бренда.</li> <li>37. Имидж и репутация. Сходства и отличия.</li> <li>38. Атрибуты внешнего имиджа компании.</li> <li>39. PR - как функция управления.</li> <li>40. Способы формирования и поддержания персонального имиджа.</li> </ol>

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.



Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Предпринимательство".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.02.01 Управление внешними коммуникациями и  
связь с общественностью

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

**Основная литература:**

Основная литература:

1 Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, публицити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. - 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093679> (дата обращения: 19.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

2 Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В., - 3-е изд. - Москва :Дашков и К, 2016. - 548 с.: ISBN 978-5-394-02388-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415418> (дата обращения: 30.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

3 Вылегжанин, Д. А. Вылегжанин, Д. А. Теория и практика публик рилейшнз [Электронныйресурс]: учебное пособие/ Д. А. Вылепканин. - 4-е изл., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 371 с. - ISBN 978-5-9765-0272-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047502> (дата обращения: 19.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

**Дополнительная литература:**

1 Андреева, С.В. Имиджелогия : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 'Социально-культурная деятельность', профиль 'Постановка и продюсирована культурно-досуговых программ', квалификация (степень) выпускника 'бакалавр' / С.В. Андреева. - Кемерово : КемГИК, 2017. - 72 с. - ISBN 978-5-8154-0400-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041245> (дата обращения: 30.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

2 Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2014. - 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5 -. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514171> (дата обращения: 19.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/557157> (дата обращения: 30.07.2020). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.02.01 Управление внешними коммуникациями и  
связь с общественностью

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.