

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Структурное подразделение «Автоматизации и управления»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №11 от 11 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ»

Направление: 27.03.02 Управление качеством

Управление качеством в производственно-технологических системах

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Лонцих Наталья Павловна
Дата подписания: 20.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Елшин Виктор
Владимирович
Дата подписания: 20.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Лонцих Павел
Абрамович
Дата подписания: 20.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Паблик рилейшнз» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК ОС-5 Способность решать задачи в области управления качеством с учетом нормативно-правового регулирования, в том числе и в сфере интеллектуальной собственности	ОПК ОС-5.1

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК ОС-5.1	Демонстрирует знания принципов и методов управления качеством для постановки и достижения целей при взаимодействии с общественностью	Знать формы и методы работы с персоналом в трудовом коллективе, в обществе Уметь применять цикл кадрового менеджмента в трудовом коллективе и обществе Владеть навыками решения задач, связанных с подбором персонала, его мотивацией и оценкой в трудовом коллективе и обществе

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Паблик рилейшнз» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Введение в профессиональную деятельность»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Экономика»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 2
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	32	32
лекции	16	16
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	16	16
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	40	40
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36

Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен
--	---------	---------

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 2

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)				
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Термины, понятия, определения	1	4			1	4			Устный опрос
2	Разработка ПР деятельности в организации	2	4			2	4			Устный опрос
3	Формулировка программ ПР деятельности в соответствии стратегическими целями организации.	3	4			3	4	1	20	Устный опрос
4	Анализ различных форм и видов ПР деятельности	4	4			4	4	2	20	Устный опрос
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		16				16		76	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 2

№	Тема	Краткое содержание
1	Термины, понятия, определения	Паблик рилейшнз (ПР; англ. publicrelations, PR) – одно из самых употребляемых сегодня понятий, однако термин имеет множество толкований. Американский ученый Р. Харлоу зафиксировал около 500 научных определений паблик рилейшнз. Дословный перевод «связи с общественностью» отражает лишь одну из сфер функционирования PR, поэтому не может быть использован для обозначения данной категории. Анализ структуры организации, компонентов ее внутренней и внешней среды
2	Разработка ПР деятельности в организации	Одним из распространенных подходов к пониманию паблик рилейшнз является представление его как функции менеджмента

		(процесса управления).В последнее время паблик рилейшнз все чаще рассматривают как функцию репутационного менеджмента. Что касается маркетинга, то PR применяется в любой точке маркетинговой стратегии – имя товара, упаковка,исследование, определение цены, продажа,дистрибуция и после продажные услуги.Рассматривая PR с точки зрения маркетинговых коммуникаций, Е. Ромат дает следующее определение: «Паблик рилейшнз – система формирования гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями на основе полной и объективной информированности в рамках достижения маркетинговых целей коммуникатора»1.PR тесно связан с маркетингом.
3	Формулировка программ ПР деятельности в соответствии стратегическими целями организации.	Для достижения целей паблик рилейшнз используются многочисленные и разнообразные средства и приемы.Презентации, пресс конференции,симпозиумы–специально организуемые рекламодателем мероприятия рекламно информационного характера, на которые заблаговременно путем рассылки пригласительных билетов приглашают постоянных, новых и потенциальных деловых партнеров, а также представителей средств массовой информации.Фирма сама может выступить инициатором организации научного симпозиума или семинара, связанного с проблемами той сферы деятельности, где она работает. В ходе таких мероприятий приглашенным вручаются размноженные доклады или тезисы выступлений,пресс-релизы, рекламные материалы и сувениры.Доклады и выступления могут сопровождаться демонстрацией слайдов, рекламных фильмов.
4	Анализ различных форм и видов ПР деятельности	Основные функции PR:– аналитико прогностическая, направлена на выработку информационной политики (изучение партнеров,анализ конкретных ситуаций, оценка общественного мнения, подготовка результатов анализа для принятия решений);– организационно технологическая включает меры и действия по проведению и активизации активных действийPRкампаний, деловых встреч, презентаций с использованием СМИ;– информационно коммуникативная функция предполагает подготовку и распространение информации при выполнении разъяснительной и пропагандистско рекламной работы. Для достижения целей паблик рилейшнзис пользуются

		многочисленные и разнообразные средства и приемы.
--	--	---

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 2

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Основы пиар деятельности. Функции и обязанности менеджера	4
2	ПР деятельность как управление коммуникацией	4
3	Взаимоотношения со средствами массовой информации	4
4	Создание корпоративного имиджа. Внутрифирменный пиар	4

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 2

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Подготовка к практическим занятиям	20
2	Подготовка к экзамену	20

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: групповая дискуссия

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Методические указания по проведению практических работ по дисциплине: «Паблик рилэйшнз»./ Сост.: Н.П. Лончих. – Иркутск: изд-во ИРНИТУ, 2018. -12 с. [Электронный ресурс].

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Методические указания по проведению самостоятельных работ по дисциплине: «Паблик рилэйшнз»./ Сост.: Н.П. Лончих. –Иркутск: изд-во ИРНИТУ, 2018. -12 с. [Электронный ресурс].

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 1 | Устный опрос

Описание процедуры.

Студенту задаются вопросы по ранее пройденному на лекциях материалу и, по самостоятельно им изученному. На занятиях используются: индивидуальный опрос (ответы у доски на вопросы по содержанию изученного материала), фронтальный опрос (расчленение изученного материала на сравнительно мелкие вопросы, чтобы проверить знания большего количества студентов). Фронтальный опрос проводится в форме устного опроса понятий, определений, подходов.

Контрольные вопросы:

1. К какому рода наукам принадлежит публичная риторика?
2. Как соотносятся категории: «ПР», «журналистика», «пропаганда», «маркетинг», «реклама»?
3. В каких сферах деятельности человека находят применение связи с общественностью.
4. Какие формы принимают ПР в России?

Критерии оценивания.

Проводится в устной форме. Преподаватель задает студенту два-три теоретических вопроса, в зависимости от результатов посещения занятий студентом и результатов текущего контроля. На подготовку отводится 20 минут. После этого студент отвечает на поставленные вопросы. Для объективного оценивания знаний студента могут быть заданы дополнительные вопросы по темам курса.

6.1.2 семестр 2 | Устный опрос

Описание процедуры.

Студенту задаются вопросы по ранее пройденному на лекциях материалу и, по самостоятельно им изученному. На занятиях используются: индивидуальный опрос (ответы у доски на вопросы по содержанию изученного материала), фронтальный опрос (расчленение изученного материала на сравнительно мелкие вопросы, чтобы проверить знания большего количества студентов). Фронтальный опрос проводится в форме устного опроса понятий, определений, подходов.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные функции ПР-менеджера и журналиста?
2. В чем состоит принципиальное различие функций, выполняемых ими в области информирования общественности?
3. Как классифицируются издания по критерию взаимодействия с организацией?
4. Каким образом можно повысить интерес журналистов к организации?

Критерии оценивания.

Проводится в устной форме. Преподаватель задает студенту два-три теоретических вопроса, в зависимости от результатов посещения занятий студентом и результатов текущего контроля. На подготовку отводится 20 минут. После этого студент отвечает на поставленные вопросы. Для объективного оценивания знаний студента могут быть заданы дополнительные вопросы по темам курса.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК ОС-5.1	Демонстрирует знание основных подходов, принципов, форм и методов работы с персоналом в трудовом коллективе.	Устный опрос или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 2, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Экзамен по дисциплине проводится в устной форме по билетам, включающим два теоретических вопроса и практическое задание. На подготовку обучающемуся отведено 20 минут. Для объективного оценивания знаний могут быть заданы дополнительные вопросы по темам курса.

Пример задания:

Образец билета экзамена

Билет

1. Процесс коммуникации и его элементы: кодирование, сообщение, декодирование, получатель (адресат) сообщения, содержание взаимоотношения, социальное окружение.
2. Влияние на общественность. Сила убеждения. Влияние на общественное мнение. Вопросы этики PR.
3. Задание: Опишите и охарактеризуйте модель формирования корпоративного имиджа.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
На экзамене демонстрирует понимание сертификацией продукции Полный правильный ответ на экзамене на теоретический вопрос и	Твердо усвоен основной материал, ответы удовлетворяют требованиям, установленным для оценки "отлично", но при этом обучаемый допускает одну	Обучающийся знает и понимает основной материал учебной программы, основные темы, но в усвоении материала имеются пробелы. Излагает его упрощенно, с небольшими	Обучающийся слабо понимает большую часть программного материала, допускает грубые ошибки, излагает материал бессистемно. Обучающийся не овладел основными элементами предмета,

выполнение практического задания без замечаний	негрубую ошибку, делает несущественные пропуски при изложении фактического	ошибками и затруднениями. Выполняет задания с недочетами.	имеющиеся знания не может применить на практике. Допускает грубые ошибки
--	--	---	--

7 Основная учебная литература

1. Резник С. Д. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебник / С. Д. Резник, И. А. Игошина, К. М. Кухарев, 2002. - 212.
2. Управление персоналом : методические указания к самостоятельной работе и выполнению контрольных заданий для студентов-заочников экономических специальностей ИргТУ / Иркут. гос. техн. ун-т, 2006. - 11.
3. Бацун Н. В. Управление персоналом : учебно-методический комплекс для специальности 080102 "Мировая экономика" / Н. В. Бацун, 2007. - 98.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Ладанов Иван Дмитриевич. Практический менеджмент: Секреты современного бизнеса : пособие для руководителей менеджеров и предпринимателей. Ч. 2. Менеджерское искусство / Иван Дмитриевич Ладанов; Под ред. Сергеюка П. И., 1992. - 190.
2. Ладанов Иван Дмитриевич. Практический менеджмент: Секреты современного бизнеса : пособие для руководителей менеджеров и предпринимателей. Ч. 3. Управление персоналом / Иван Дмитриевич Ладанов; Под ред. Сергеюка П. И., 1992. - 159.
3. Уткин Эдуард Андреевич. Управление персоналом в малом и среднем бизнесе / Эдуард Андреевич Уткин, Александра Игоревна Кочеткова, 1996. - 205.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Office 2003 VLK (поставки 2007 и 2008)
2. Microsoft Office 2007 VLK (поставки 2007 и 2008)
3. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010 от ООО "Азон"

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. 1. Интерактивная доска SMART Board 660 2. Интерактивная доска в комплекте (проектор, колонки, кабель) 3. Комплект учебной мебели