

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ И ТЕРМИНОЛОГИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.07
Трудоемкость в зачетных единицах:	2 семестр - 5;
Часов (всего) по учебному плану:	180 часов
Лекции	2 семестр - 8 часов;
Практические занятия	2 семестр - 12 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	2 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	2 семестр - 157,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Контрольная работа Тестирование Доклад	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	2 семестр - 0,5 часа;

Москва 2019

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Формирование комплексного представления о теоретических и методологических основах отрасли «Реклама и связи с общественностью», включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере.

Задачи дисциплины

- формирование начальных знаний и базовых представлений в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»;
- приобретение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- приобретение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
- формирование научно обоснованных представлений о современном понятийном аппарате профессиональной деятельности.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-ЗПК-1 Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии	знать: - основные дискурсы процесса PR-коммуникации, включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере; - структуру деятельности по связям с общественностью; - основные назначения деятельности по связям с общественностью для общества и экономики. уметь: - правильно определить место PR в системе продвигающих коммуникаций; - корректно определять аудитории и соответствующие им каналы коммуникации под конкретную PR-стратегию; - выявлять PR-деятельность среди других видов продвигающих коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа								СР		
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
							КПР	ГК	ИККП	ТК				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Введение в профессию	70.0	2	4.0	-	6.0	-	-	-	-	-	60	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Введение в профессию" <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Введение в профессию" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. <u>Подготовка доклада, выступления:</u> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: <u>Подготовка к контрольной работе:</u> Изучение материалов по разделу Введение в профессию и подготовка к контрольной работе <u>Подготовка к практическим занятиям:</u>
1.1	История предмета. Понятие и определения PR	7.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	6	-	
1.2	Сферы применения PR	7.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	6	-	
1.3	Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	
1.4	Имидж как основа PR	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	
1.5	Работа со средствами массовой информации	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	
1.6	Коммуникации в системе PR	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	
1.7	Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	
1.8	PR и органы власти	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	

														Изучение материала по разделу "Введение в профессию" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Введение в профессию" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 100-109
2	Терминология профессиональной деятельности	74.0		4.0	-	6.0	-	-	-	-	-	64	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности"
2.1	Актуальные проблемы развития терминологии	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Терминология профессиональной деятельности" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.
2.2	Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии)	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	
2.3	PR-дискурс и его характерные черты	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	
2.4	Специфика терминов предметной области Public Relations	9.0		0.5	-	0.5	-	-	-	-	-	8	-	
2.5	Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	<u>Подготовка доклада, выступления:</u> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:
2.6	Лакунарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	<u>Подготовка к контрольной работе:</u>
2.7	Терминология в практической деятельности	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	Изучение материалов по разделу Терминология профессиональной деятельности и подготовка к контрольной

	специалиста по рекламе и связям с общественностью													работе <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Терминология профессиональной деятельности" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр. 29-37; 55-63 [2], стр. 100-109
2.8	Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ	9.5		0.5	-	1	-	-	-	-	-	8	-	
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	180.0		8.0	-	12.0	-	2	-	-	0.5	124	33.5	
	Итого за семестр	180.0		8.0	-	12.0	2		-		0.5	157.5		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Введение в профессию

- 1.1. История предмета. Понятие и определения PR
- 1.2. Сферы применения PR
- 1.3. Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR
- 1.4. Имидж как основа PR
- 1.5. Работа со средствами массовой информации
- 1.6. Коммуникации в системе PR
- 1.7. Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности
- 1.8. PR и органы власти

2. Терминология профессиональной деятельности

- 2.1. Актуальные проблемы развития терминологии
- 2.2. Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии)
- 2.3. PR-дискурс и его характерные черты
- 2.4. Специфика терминов предметной области Public Relations
- 2.5. Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке
- 2.6. Лакунарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность

2.7. Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью

2.8. Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ

3.3. Темы практических занятий

1. Специфика терминов предметной области Public Relations;
2. Имидж как основа PR;
3. История предмета. Понятие и определения PR;
4. Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии);
5. Сферы применения PR;
6. Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
7. Лакуарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность;
8. Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ;
9. PR и органы власти;
10. Коммуникации в системе PR;
11. Работа со средствами массовой информации;
12. PR-дискурс и его характерные черты;
13. Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке;
14. Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR;
15. Актуальные проблемы развития терминологии;
16. Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Введение в профессию"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Терминология профессиональной деятельности"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Введение в профессию"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Терминология профессиональной деятельности"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)		Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	
Знать:				
основные назначения деятельности по связям с общественностью для общества и экономики	ИД-3ПК-1	+		Тестирование/Тест «Базовые методики и специальные технологии PR»
структуру деятельности по связям с общественностью	ИД-3ПК-1		+	Контрольная работа/Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии»
основные дискурсы процесса PR-коммуникации, включая понятийно-категориальный аппарат, применяемый в практической сфере	ИД-3ПК-1	+		Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR»
Уметь:				
выявлять PR-деятельность среди других видов продвигающих коммуникаций	ИД-3ПК-1	+		Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR»
корректно определять аудитории и соответствующие им каналы коммуникации под конкретную PR-стратегию	ИД-3ПК-1		+	Доклад/Защита творческой работы
правильно определить место PR в системе продвигающих коммуникаций	ИД-3ПК-1	+		Контрольная работа/Контрольная работа «Основные понятия и определения PR»

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

2 семестр

Форма реализации: Защита задания

1. Защита творческой работы (Доклад)

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Тест «Базовые методики и специальные технологии PR» (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии» (Контрольная работа)
2. Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №2)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих.

В диплом выставляется оценка за 2 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. А. В. Лаптев- "Реклама и PR-технологии в управлении предприятием", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2011 - (112 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>;
2. И. В. Евсеева- "Современный русский язык. Актуальные вопросы морфемики, морфонологии и словообразования", Издательство: "Сибирский федеральный университет (СФУ)", Красноярск, 2014 - (204 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364604>;
3. Бацун, Н. В. Менеджмент в рекламе : учебное пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" / Н. В. Бацун, Иркутский гос. технич. университет . – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2010 . – 175 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-369-00601-6 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
5. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
6. Электронные ресурсы издательства Springer - <https://link.springer.com/>
7. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
8. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
9. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
10. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
11. Журналы American Chemical Society - <https://www.acs.org/content/acs/en.html>
12. Журналы American Institute of Physics - <https://www.scitation.org/>
13. Журналы American Physical Society - <https://journals.aps.org/about>
14. База данных издательства Annual Reviews Science Collection - <https://www.annualreviews.org/>
15. База данных Association for Computing Machinery Digital Library - <https://dl.acm.org/about/content>
16. Журналы издательства Cambridge University Press - <https://www.cambridge.org/core>
17. База данных IEL издательства IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc.) - <https://ieeexplore.ieee.org/Xplore/home.jsp?reload=true>
18. База данных Computers & Applied Sciences Complete (CASC) - <http://search.ebscohost.com>
19. База данных INSPEC на платформе компании EBSCO Publishing - <http://search.ebscohost.com>
20. Журналы Institute of Physics (IOP), Великобритания - <https://iopscience.iop.org/>
21. Журналы научного общества Optical Society of America (OSA) - <https://www.osapublishing.org/about.cfm>
22. Патентная база Orbit Intelligence компании Questel - <https://www.orbit.com/>
23. Журналы издательства Oxford University Press - <https://academic.oup.com/journals/>
24. База данных диссертаций ProQuest Dissertations and Theses Global - <https://search.proquest.com/pqdtglobal/index>
25. Журналы Журналы Royal Society of Chemistry - <https://pubs.rsc.org/>
26. Журналы издательства SAGE Publication (Sage) - <https://journals.sagepub.com/>
27. Журнал Science - <https://www.sciencemag.org/>
28. Журналы научного общества Society of Photo-Optical Instrumentation Engineers (SPIE) Digital Library - <https://www.spiedigitallibrary.org/>
29. Коллекция журналов Taylor & Francis Group - <https://www.tandfonline.com/>
30. Журналы по химии Thieme Chemistry Package компании Georg Thieme Verlag KG - <https://www.thieme-connect.com/products/all/home.html>
31. Журналы издательства Wiley - <https://onlinelibrary.wiley.com/>
32. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
33. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
34. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
35. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
36. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>

37. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
38. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
39. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http://proinfosoft.ru;>
<http://docs.cntd.ru/>
40. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
41. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
42. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>
43. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>
44. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
45. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
46. Информиио - <https://www.informio.ru/>
47. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности

(название дисциплины)

2 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Контрольная работа «Основные понятия и определения PR» (Контрольная работа)
 КМ-2 Тест «Базовые методики и специальные технологии PR» (Тестирование)
 КМ-3 Контрольная работа «Актуальные проблемы развития PR-терминологии» (Контрольная работа)
 КМ-4 Защита творческой работы (Доклад)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	Введение в профессию					
1.1	История предмета. Понятие и определения PR		+			
1.2	Сферы применения PR		+			
1.3	Внешняя среда организации. Специфика взаимодействия с внешней средой в PR			+		
1.4	Имидж как основа PR			+		
1.5	Работа со средствами массовой информации			+		
1.6	Коммуникации в системе PR			+		
1.7	Социокоммуникативный феномен PR: дефиниции и метаязыковые особенности			+		
1.8	PR и органы власти			+		
2	Терминология профессиональной деятельности					
2.1	Актуальные проблемы развития терминологии				+	
2.2	Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области (на примере русскоязычной PR-терминологии)				+	
2.3	PR-дискурс и его характерные черты				+	
2.4	Специфика терминов предметной области Public Relations				+	

2.5	Способы адаптации англоязычных PR-терминов в русском языке			+	
2.6	Лакуарность терминологии предметной области PR как ее характерная особенность			+	
2.7	Терминология в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью				+
2.8	Терминология в научных работах, курсовых проектах и ВКР студентов ГПИ				+
Вес КМ, %:		20	15	25	40