

**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: Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ СВЯЗЕЙ С**  
**ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

<b>Блок:</b>	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
<b>Часть образовательной программы:</b>	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	Б1.Ч.07
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	7 семестр - 2; 8 семестр - 3; всего - 5
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	180 часов
<b>Лекции</b>	7 семестр - 20 часов; 8 семестр - 14 часов; всего - 34 часа
<b>Практические занятия</b>	7 семестр - 20 часов; 8 семестр - 28 часа; всего - 48 часа
<b>Лабораторные работы</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Консультации</b>	8 семестр - 2 часа;
<b>Самостоятельная работа</b>	7 семестр - 31,7 часа; 8 семестр - 63,5 часа; всего - 95,2 часа
<b>в том числе на КП/КР</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Иная контактная работа</b>	проводится в рамках часов аудиторных занятий
<b>включая:</b>	
<b>Контрольная работа</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	7 семестр - 0,3 часа;
<b>Экзамен</b>	8 семестр - 0,5 часа; всего - 0,8 часа

**Москва 2026**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaIL-6e52162c

И.Л. Телегина

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной  
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6}

М.В.  
Кахальников

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** получение необходимых знаний о принципах построения и деятельности подразделений по связям с общественностью в современной организации; формирование у студентов навыков оперативного планирования и оперативного контроля над деятельностью по связям с общественностью; изучение методов анализа эффективности связей с общественностью.

### Задачи дисциплины

- – сформировать у студентов навыки оперативного планирования и оперативного контроля над деятельностью по связям с общественностью;;
- – изучить методов анализа эффективности связей с общественностью;;
- –научить организовывать и проводить рыночные наблюдения, опросы, анкетирования, эксперименты с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации на рынке; осуществлять сбор, обработку и анализ полученных данных..

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 PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	ИД-1 <sub>пк-1</sub> Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии	знать: - структуру и принципы организации отделов связей с общественностью; - специфику работы отдела по связям с общественностью и взаимодействия с другими подразделениями организации; - принципы формирования и поддержания корпоративной культуры.  уметь: - способность реализовывать знания в области связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; - владение способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - способность принимать участие в управлении и организации работы служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<p>услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность связей с общественностью;</p> <p>- способность к участию в проектировании в области связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд.</p>
<p>пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации</p>	<p>ИД-3<sub>пк-1</sub> Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</li> <li>- правила эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</li> </ul> <p>участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и функции отдела по связям с общественностью в коммерческих организациях, а также общественных и государственных структур.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью;</li> <li>- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li> <li>- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li> <li>- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов;</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и связи с общественностью в цифровой среде (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	Аналитическое направление деятельности PR-службы	8.3	7	2.8	-	2.8	-	-	-	-	-	2.7	-	<p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [5], 276</p>
1.1	Жанры аналитической деятельности	2.0		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	0.6	-	
1.2	Требования к медиакарте	2.1		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	0.7	-	
1.3	Мониторинг материалов СМИ	2.1		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	0.7	-	
1.4	Анализ медиаобраза организации	2.1		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	0.7	-	
2	Основы профессиональной коммуникации специалистов отдела связей с общественностью	7.2		2.1	-	2.1	-	-	-	-	-	3	-	<p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> После ознакомления с правилами проведения беседы с ньюсмейкером посмотрите несколько интервью. Примеры каналов с интервью: <a href="https://www.youtube.com/c/vdud">https://www.youtube.com/c/vdud</a>, <a href="https://www.youtube.com/playlist?list=PL3919SxO4ZYtvTwsc1QdiMMfX4Nroo351">https://www.youtube.com/playlist?list=PL3919SxO4ZYtvTwsc1QdiMMfX4Nroo351</a>, <a href="https://www.youtube.com/c/%D0%B5%D1%89%D1%91%D0%BD%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%80">https://www.youtube.com/c/%D0%B5%D1%89%D1%91%D0%BD%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%80</a>, <a href="https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g">https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g</a>, <a href="https://www.youtube.com/playlist?list=PLJzosX01FQ2T2v1P-O8I5HBf8W2gLai-n">https://www.youtube.com/playlist?list=PLJzosX01FQ2T2v1P-O8I5HBf8W2gLai-n</a> . Или другие, на свой выбор. Приведите по 1-2</p>
2.1	Разговор по телефону	2.4		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	1	-	
2.2	Переговоры в работе отделов связей с общественностью	2.4		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	1	-	
2.3	Беседа с ньюсмейкером (интервью).	2.4		0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	1	-	





3	Внутренние коммуникации в отделах связей с общественностью.	4.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов.
3.1	Эффективные восходящие и нисходящие коммуникации	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
3.2	Конфликтология	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
4	Оценка эффективности PR деятельности	4.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> По ссылке <a href="http://www.evartist.narod.ru/text3/19.htm">http://www.evartist.narod.ru/text3/19.htm</a> выберите 2 PR-кампании и докажите, что они успешны, руководствуясь критериями эффективности, приведёнными в теоретическом материале
4.1	Объективные критерии эффективности PR деятельности	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
4.2	Субъективные критерии эффективности PR деятельности	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
5	Методы управления проектами	4.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучить на свой выбор 3 PR-кампании из книги «Самые успешные PR-кампании в мировой практике» (М.: Изд-во ИНФРА-М, 2000) под ред. А.П. Ситникова и И.В. Крылова, доступной, в частности, на ресурсе электронных учебников <a href="http://evartist.narod.ru/text3/19.htm">http://evartist.narod.ru/text3/19.htm</a> . Описать одну из них как проект: а) с каскадным управлением и б) гибким (Agile). <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 312
5.1	Метод Waterfall (“водопад”/“каскадная”)	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
5.2	Метод Agile и его ответвление – Scrum	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
6	Работа с потребителями отдела связей с общественностью	7.2	2.1	-	2.1	-	-	-	-	-	-	3	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов.
6.1	Цели работы с	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	

	потребителями													
6.2	Виды работы с потребителями	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
6.3	Работа с потребителями онлайн	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
7	Публичное выступление в профессиональной деятельности специалиста отдела связей с общественностью	4.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов.
7.1	Особенности вербальной и невербальной коммуникации в устной речи	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
7.2	Правила публичного выступления	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
8	Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ...	4.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов.
8.1	Стратегии отражения словесной атаки	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
8.2	Варианты ответов на словесные атаки и возможные ситуации их использования	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	
9	Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью	5.8	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	3	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов.
9.1	Основные принципы чёрного PR	2.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	1	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b>
9.2	Методы и виды атаки чёрного PR	3.4	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-	-	2	-	[3], 222
10	Правила организации	11.2	2.6	-	2.6	-	-	-	-	-	-	6	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b>

	PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью при их проведении												Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [4], 118
10.1	Фандрайзинг как вид деятельности и особенности фандрайзинговой кампании (ФРК)	3.2		0.6	-	0.6	-	-	-	-	-	2	-
10.2	Правила проведения ФРК	4		1	-	1	-	-	-	-	-	2	-
10.3	PR сопровождение фандрайзинговой кампании	4		1	-	1	-	-	-	-	-	2	-
11	Вербальные коммуникации в связях с общественностью	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-
11.1	Правила составления текстовых материалов	4		1	-	1	-	-	-	-	-	2	-
11.2	Характеристики содержания текста	4		1	-	1	-	-	-	-	-	2	-
	Зачет с оценкой	0.3		-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-
	<b>Всего за семестр</b>	<b>72.0</b>		<b>20.0</b>	-	<b>20.0</b>	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>31.7</b>	-
	<b>Итого за семестр</b>	<b>72.0</b>		<b>20.0</b>	-	<b>20.0</b>	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>31.7</b>	-
12	Отдел связей с общественностью: структура, основные направления работы, функционал сотрудников. Менеджмент в работе отдела связей с общественностью принципы. Управленческие и	20	8	4	-	8	-	-	-	-	-	8	-
													<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [6], 29

	этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью													
12.1	Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела связей с общественностью.	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
12.2	Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела .	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
12.3	Менеджмент в работе отдела связей с общественностью: принципы	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
12.4	Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
13	Основные направления деятельности PR отделов. Планирование. Исследовательское направление.	10	2	-	4	-	-	-	-	-	4	-		<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов
13.1	Методы исследования.	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
13.2	Подготовка отчета и порядок его представления.	5	1	-	2	-	-	-	-	-	2	-		
14	Творческое направление деятельности PR отделов: разработка идей и концепций, работа с текстами в	15	3	-	6	-	-	-	-	-	6	-		<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Креативное направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Формирование УТП с применением методов создания креатива I Креатив собственного уникального









													или варианты слоганов. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 128	
15	Медиаарилейшнз	27		5	-	10	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Студенты изучают теоретический материал из отправленных им и прикрепленных в Банке дисциплин документов
15.1	Работа отделов связей с общественностью по связям со СМИ.	5		1	-	2	-	-	-	-	-	2	-	
15.2	Основные направления деятельности менеджера по работе со СМИ	5		1	-	2	-	-	-	-	-	2	-	
15.3	Подготовка и рассылка пресс-релизов	5		1	-	2	-	-	-	-	-	2	-	
15.4	Общие требования к новостной информации. исходящей от организации	6		1	-	2	-	-	-	-	-	3	-	
15.5	Организация пресс-мероприятий	6		1	-	2	-	-	-	-	-	3	-	
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	-	0.5	-	33.5
	<b>Всего за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>14</b>	-	<b>28</b>	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>0.5</b>	<b>30</b>	<b>33.5</b>
	<b>Итого за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>14</b>	-	<b>28</b>		<b>2</b>		-		<b>0.5</b>	<b>63.5</b>	
	<b>ИТОГО</b>	<b>180.0</b>	-	<b>34.0</b>	-	<b>48.0</b>		<b>2</b>		-		<b>0.8</b>	<b>95.2</b>	

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – 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. Отдел связей с общественностью: структура, основные направления работы, функционал сотрудников. Менеджмент в работе отдела связей с общественностью принципы. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью

1.1. Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела связей с общественностью.

PR-подразделения: виды. Номенклатура должностей в отделе. Основные направления работы отделов с общественностью: 1.Работа с внешней общественностью. 2.Работа с внутренней общественностью.. Комплексные задачи PR-подразделения. Основные функции деятельности работников PR: а) функции сбора и анализа информации: б) функции распространения информации.

1.2. Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела . Обязанности отдела. Структура, штат и обязанности сотрудников.

1.3. Менеджмент в работе отдела связей с общественностью: принципы Собственное PR подразделение и аутсорсинг. Взаимодействия с другими отделами организации. Должностная инструкция отдела связей с общественностью.

1.4. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью

Управление PR подразделением: особенности. Управление подразделением: особенности. Подотчетность топ-менеджменту. Планирование PR. Стратегический подход. Бюджет отдела связей с общественностью.

#### 2. Основные направления деятельности PR отделов. Планирование. Исследовательское направление.

2.1. Методы исследования.

качественные и количественные методы сбора информации. Планирование и организация исследований. Современные методики обработки и анализа статистически значимых массивов данных. Методики анализа данных, собранных с помощью качественных методов исследования..

2.2. Подготовка отчета и порядок его представления. Формы и структура отчёта.

#### 3. Творческое направление деятельности PR отделов: разработка идей и концепций, работа с текстами в связях с общественностью

3.1. Методы создания креатива

Креативное решение проблем, стоящих перед сотрудниками отдела связей с общественностью.

3.2. Метод фокальных объектов

Возможности применения в разных сферах.

3.3. Метод аналогий, или синектика

Возможности применения в разных сферах.

#### 4. Медиарилейнз

4.1. Работа отделов связей с общественностью по связям со СМИ.

Требования к работе со СМИ.

4.2. Основные направления деятельности менеджера по работе со СМИ

Работа со СМИ - основные задачи ответственного за связь с прессой. Требования к должности.

4.3. Подготовка и рассылка пресс-релизов

Форма и содержание пресс-релиза. ЦА пресс-релиза.

4.4. Общие требования к новостной информации. исходящей от организации

Масштаб и актуальность новости, затронутые в ней лидеры мнений. Выбор каналов распространения новости.

4.5. Организация пресс-мероприятий

Виды пресс-мероприятий. Особенности организации пресс-мероприятий.

#### 5. Аналитическое направление деятельности PR-службы

5.1. Жанры аналитической деятельности

Виды отчёта. Требования к различным видам отчёта. Аналитические исследования: формы и требования.

5.2. Требования к медиакarte

Структура медиакарты. Периодичность обновления медиакарты.

5.3. Мониторинг материалов СМИ

Подбор и первичный анализ материалов, в которых упоминается компания и все связанное с ее деятельностью, а также ее конкуренты, как коммуникационный аудит организации.. Основные показатели для мониторинга. Основные функции коммуникационного аудита: -оценочная (происходит оценка публичного имиджа компании, ее коммуникационной активности); -управленческо-стратегическая (на основе полученных данных разрабатывается стратегия имиджевого и конкурентного позиционирования компании, происходит внесение коррективов в управление деловой репутацией компании, брендинг товаров и услуг); -информационная. Формы и методы мониторинга СМИ.

5.4. Анализ медиаобраза организации

Углубленные исследования медиапространства. Перестройка медиаимиджа.

#### 6. Основы профессиональной коммуникации специалистов отдела связей с общественностью

6.1. Разговор по телефону

Паралингвистические средства коммуникации. Устная вербальная коммуникация. Правила разговора по телефону.

## 6.2. Переговоры в работе отделов связей с общественностью

Модели переговоров. Правила ведения переговоров в различных моделях. Темы для переговоров в работе отделов связей с общественностью.

## 6.3. Беседа с ньюсмейкером (интервью).

Виды интервью. Правила проведения интервью. Темы для интервью в работе отделов связей с общественностью.

## 7. Внутренние коммуникации в отделах связей с общественностью.

### 7.1. Эффективные восходящие и нисходящие коммуникации

Правила эффективных нисходящих коммуникаций. Правила эффективных восходящих коммуникаций. Принципы и механизмы выстраивания эффективных взаимоотношений внутри отдела по связям с общественностью.

### 7.2. Конфликтология

Виды конфликтов применительно к ситуациям, возникающим в работе отделов связей с общественностью. Способы и правила устранения конфликтов. Профилактика конфликтов в работе отделов связей с общественностью.

## 8. Оценка эффективности PR деятельности

### 8.1. Объективные критерии эффективности PR деятельности

Изменение позиций бренда: Оценка изменения ключевых характеристик бренда Оценка изменения восприятия характеристик бренда Коммерческая эффективность кампании - Оценка влияния кампании на продажи продукта/услуги Оценка силы связи между сообщением и маркой Оценка эффективности различных медиа-каналов при проведении кампании Оценка восприятия потребителями ключевой идеи сообщения Оценка интерпретации потребителями ключевой идеи сообщения.

### 8.2. Субъективные критерии эффективности PR деятельности

Эмоционально-аффективный фактор в восприятии результатов PR-деятельности.

## 9. Методы управления проектами

### 9.1. Метод Waterfall (“водопад”/“каскадная”)

Особенности работы. Возможности применения.

### 9.2. Метод Agile и его ответвление – Scrum

Особенности метода. Сферы применения.

## 10. Работа с потребителями отдела связей с общественностью

### 10.1. Цели работы с потребителями

Построение объема продаж. При этом важна поддержка пробы товара, его первичной и вторичной закупки. Функции отношений с потребителями: разработка методик оценки услуг и продуктов для менеджмента, разработка программ реализации потребностей потребителей и увеличения продаж, разработка программ обучения персонала и оценки эффективности работы компании с потребителями. Формирование лояльной клиентуры. Проверка ведения рекламаций. Сокращение затрат.

## 10.2. Виды работы с потребителями

Продвижения продукта, длительно присутствующего на рынке. Информирование о новом продукте. Спонсорство. Отдел разбора претензий и его функции.

## 10.3. Работа с потребителями онлайн

Влияние онлайн отзывов на потребительское поведение и репутацию товара и бренда. Чистые с точки зрения маркетинговой этики методы побуждения потребителей писать отзывы. Площадки для отзывов. Признаки заказных отзывов на продукцию организации и особенности работы с ними.

## 11. Публичное выступление в профессиональной деятельности специалиста отдела связей с общественностью

### 11.1. Особенности вербальной и невербальной коммуникации в устной речи

Требования к невербальной коммуникации. Требования к вербальной коммуникации. Требования к презентации.

### 11.2. Правила публичного выступления

Информационная часть публичного выступления. Психологический компонент публичного выступления. Темы для публичной речи в работе сотрудников отделов связей с общественностью.

## 12. Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ...

### 12.1. Стратегии отражения словесной атаки

Стратегия отражения словесной атаки "трёх Т". Стратегия отражения словесной атаки "Эмоциональная жёлтая карточка". Стратегия отражения словесной атаки "Бумеранг".

### 12.2. Варианты ответов на словесные атаки и возможные ситуации их использования

Шаблоны ответов на словесные атаки. Упражнения в остроумии.

## 13. Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью

### 13.1. Основные принципы чёрного PR

Задачи и ЦА чёрного PR. Концепция чёрного PR на Западе.

### 13.2. Методы и виды атаки чёрного PR

Методы чёрного PR. Виды атаки чёрного PR. Способы защиты от атак чёрного PR.

## 14. Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью при их проведении

### 14.1. Фандрайзинг как вид деятельности и особенности фандрайзинговой кампании (ФРК)

Решение социально значимых задач в ходе ФРК - примеры.

### 14.2. Правила проведения ФРК

Требования к фандрайзинговой кампании. Типичные ошибки при проведении фандрайзинговой кампании и как их избегать. Виды ФРК.

### 14.3. PR сопровождение фандрайзинговой кампании

Особенности работы отдела связей с общественностью в условиях проведения фандрайзинговой кампании. Работа с потенциальными донорами и культивирование доноров.

## 15. Вербальные коммуникации в связях с общественностью

15.1. Правила составления текстовых материалов  
Универсальные правила написания текстов.

15.2. Характеристики содержания текста  
Психологическое воздействие текстов PR.

### 3.3. Темы практических занятий

1. Примеры успешного интервью - что соблюдалось из правил ведения интервью?;
2. Примеры провального интервью - что нарушалось из правил ведения интервью?;
3. Опишите нисходящие и восходящие коммуникации в организации .;
4. Формирование УТП с применением методов создания креатива.;
5. Опишите ситуацию словесной атаки в работе специалисте Какие шаблоны ответов на нее подошли бы.;
6. Применение интервью в работе PR отделов..

### 3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

### 3.5 Консультации

#### Аудиторные консультации по курсовому проекту/работе (КПР)

1. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ..."
2. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью и рекламы"
3. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью и рекламы при их проведении"
4. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Вербальные коммуникации в связях с общественностью и рекламной деятельности"

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Студенты обращаются с вопросами по отдельным сторонам методов управления проектами, преподаватель на них отвечает
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Работа с потребителями отдела связей с общественностью и рекламы"

3. Обсуждение со студентами примеров успешных выступлений сотрудников отдела рекламы и связей с общественностью
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ..."
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью и рекламы"
6. Консультации проводятся по разделу "Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью и рекламы при их проведении"
7. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью и рекламы при их проведении"
8. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Вербальные коммуникации в связях с общественностью и рекламной деятельности"

Индивидуальные консультации по курсовому проекту /работе (ИККП)

1. Консультации проводятся по разделу "Работа с потребителями отдела связей с общественностью и рекламы"
2. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Работа с потребителями отдела связей с общественностью и рекламы"
3. Консультации проводятся по разделу "Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ..."
4. Консультации проводятся по разделу "Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью и рекламы"
5. Консультации проводятся по разделу "Вербальные коммуникации в связях с общественностью и рекламной деятельности"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Работа с потребителями отдела связей с общественностью и рекламы"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ..."
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью и рекламы"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью и рекламы при их проведении"
5. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Вербальные коммуникации в связях с общественностью и рекламной 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	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
<b>Знать:</b>																	
принципы формирования и поддержания корпоративной культуры	ИД-1 <sub>пк-1</sub>														+		Контрольная работа/Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью
специфику работы отдела по связям с общественностью и взаимодействия с другими подразделениями организации	ИД-1 <sub>пк-1</sub>															+	Контрольная работа/Основы профессиональной коммуникации
структуру и принципы организации отделов связей с общественностью	ИД-1 <sub>пк-1</sub>															+	Контрольная работа/Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью
цели и функции отдела по связям с общественностью в коммерческих организациях, а также общественных и государственных структур	ИД-3 <sub>пк-1</sub>															+	Контрольная работа/Конфликтология
правила эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой	ИД-3 <sub>пк-1</sub>															+	Контрольная работа/Конфликтология

информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры																					
особенности связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	ИД-3 <sub>ПК-1</sub>																	+	Контрольная работа/Конфликтология		
<b>Уметь:</b>																					
способность к участию в проектировании в области связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд	ИД-1 <sub>ПК-1</sub>																		+	Контрольная работа/Основы профессиональной коммуникации 2	
способность принимать участие в управлении и организации работы служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать	ИД-1 <sub>ПК-1</sub>																			+	Контрольная работа/Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью 2

эффективность связей с общественностью																	
владение способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	ИД-1 <sub>пк-1</sub>	+															Контрольная работа/Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью 2
способность реализовывать знания в области связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	ИД-1 <sub>пк-1</sub>			+													Контрольная работа/Конфликтология 2
способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры	ИД-3 <sub>пк-1</sub>									+	+						Контрольная работа/Конфликтология 2
владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов	ИД-3 <sub>пк-1</sub>							+									Контрольная работа/Конфликтология 2

владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	ИД-3 <sub>ПК-1</sub>																	Контрольная работа/Конфликтология 2
владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	ИД-3 <sub>ПК-1</sub>																	Контрольная работа/Конфликтология 2
собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью	ИД-3 <sub>ПК-1</sub>																	Контрольная работа/Конфликтология 2

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

##### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**7 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Конфликтология 2 (Контрольная работа)
2. Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью 2 (Контрольная работа)
3. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью 2 (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

1. Основы профессиональной коммуникации 2 (Контрольная работа)

**8 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Конфликтология (Контрольная работа)
2. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью (Контрольная работа)

Форма реализации: Проверка задания

1. Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью (Контрольная работа)
2. Основы профессиональной коммуникации (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

##### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Зачет с оценкой (Семестр №7)*

*Экзамен (Семестр №8)*

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

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

#### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз : учебное пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью", для специалистов в сфере управления интегрированными коммуникациями, коммуникационного менеджмента и в области развития связей с общественностью / М. В. Гундарин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Форум, 2011. – 312 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-91134-464-1.;

2. Бортник, Е. М. Управление связями с общественностью : Учебное пособие по специальностям "Менеджмент организации", "Антикризисное управление", "Государственное и муниципальное регулирование", "Маркетинг", "Управление персоналом", "Экономика" / Е. М. Бортник, Э. М. Коротков, А. Ю. Никитаева ; Ред. Э. М. Коротков. – М. : ФБК-ПРЕСС, 2002. – 128 с. – ISBN 5-88103-080-X.;
3. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба : учебник для вузов по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов, Санкт-Петербургск. гос. ун-т сервиса и экономики. – М. : КноРус, 2013. – 222 с. – ISBN 978-5-406-02887-2.;
4. Марков А. А.- "Организация работы отдела по связям с общественностью: Электронное учебное пособие", Издательство: "ИЭО СПбУТУиЭ", Санкт-Петербург, 2008 - (118 с.) [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=63779](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63779);
5. Якутина Е. Н.- "Организация работы отделов рекламы и PR на предприятии", Издательство: "МосГУ", Москва, 2021 - (276 с.) <https://e.lanbook.com/book/259394>;
6. Болдина К. А.- "Организация работы отдела по рекламе и связям с общественностью", Издательство: "ННГУ им. Н. И. Лобачевского", Нижний Новгород, 2019 - (29 с.) <https://e.lanbook.com/book/144837>.

### 5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

### 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](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
4. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
5. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
6. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120,	сервер, кондиционер

аттестации	Машинный зал ИВЦ	
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Лекционная аудитория	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, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ****Организация работы отделов связей с общественностью**

(название дисциплины)

**7 семестр****Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью 2 (Контрольная работа)
- КМ-2 Основы профессиональной коммуникации 2 (Контрольная работа)
- КМ-3 Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью 2 (Контрольная работа)
- КМ-4 Конфликтология 2 (Контрольная работа)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	Аналитическое направление деятельности PR-службы					
1.1	Жанры аналитической деятельности		+			
1.2	Требования к медиакарте		+			
1.3	Мониторинг материалов СМИ		+			
1.4	Анализ медиаобраза организации		+			
2	Основы профессиональной коммуникации специалистов отдела связей с общественностью					
2.1	Разговор по телефону			+		
2.2	Переговоры в работе отделов связей с общественностью			+		
2.3	Беседа с ньюсмейкером (интервью).			+		
3	Внутренние коммуникации в отделах связей с общественностью.					
3.1	Эффективные восходящие и нисходящие коммуникации				+	
3.2	Конфликтология				+	
4	Оценка эффективности PR деятельности					
4.1	Объективные критерии эффективности PR деятельности					+

4.2	Субъективные критерии эффективности PR деятельности				+
5	Методы управления проектами				
5.1	Метод Waterfall (“водопад”/“каскадная”)				+
5.2	Метод Agile и его ответвление – Scrum				+
6	Работа с потребителями отдела связей с общественностью				
6.1	Цели работы с потребителями				+
6.2	Виды работы с потребителями				+
6.3	Работа с потребителями онлайн				+
7	Публичное выступление в профессиональной деятельности специалиста отдела связей с общественностью				
7.1	Особенности вербальной и невербальной коммуникации в устной речи				+
7.2	Правила публичного выступления				+
8	Искусство словесной атаки и отражение словесных атак в работе ...				
8.1	Стратегии отражения словесной атаки				+
8.2	Варианты ответов на словесные атаки и возможные ситуации их использования				+
9	Чёрный PR и борьба с ним в работе отделов связей с общественностью				
9.1	Основные принципы чёрного PR				+
9.2	Методы и виды атаки чёрного PR				+
10	Правила организации PR-деятельности в фандрайзинговых кампаниях и работа отделов связей с общественностью при их проведении				
10.1	Фандрайзинг как вид деятельности и особенности фандрайзинговой кампании (ФРК)				+
10.2	Правила проведения ФРК				+
10.3	PR сопровождение фандрайзинговой кампании				+
11	Вербальные коммуникации в связях с общественностью				
11.1	Правила составления текстовых материалов				+
11.2	Характеристики содержания текста				+
Вес КМ, %:		25	25	25	25

## 8 семестр

### Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью (Контрольная работа)
- КМ-2 Основы профессиональной коммуникации (Контрольная работа)
- КМ-3 Креативное направление деятельности отделов связей с общественностью (Контрольная работа)
- КМ-4 Конфликтология (Контрольная работа)

**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	Отдел связей с общественностью: структура, основные направления работы, функционал сотрудников. Менеджмент в работе отдела связей с общественностью принципы. Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью					
1.1	Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела связей с общественностью.		+			
1.2	Профессиональные навыки и функционал сотрудника отдела .		+			
1.3	Менеджмент в работе отдела связей с общественностью: принципы		+			
1.4	Управленческие и этические принципы работы начальника отдела по связям с общественностью		+			
2	Основные направления деятельности PR отделов. Планирование. Исследовательское направление.					
2.1	Методы исследования.			+		
2.2	Подготовка отчета и порядок его представления.			+		
3	Творческое направление деятельности PR отделов: разработка идей и концепций, работа с текстами в связях с общественностью					
3.1	Методы создания креатива				+	
3.2	Метод фокальных объектов				+	
3.3	Метод аналогий, или синектика				+	
4	Медиарилейшнз					
4.1	Работа отделов связей с общественностью по связям со СМИ.					+
4.2	Основные направления деятельности менеджера по работе со СМИ					+

4.3	Подготовка и рассылка пресс-релизов				+
4.4	Общие требования к новостной информации. исходящей от организации				+
4.5	Организация пресс-мероприятий				+
Вес КМ, %:		25	25	25	25