

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и  
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине  
**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПРАКТИКУМ ДЛЯ PR-СПЕЦИАЛИСТА**

Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

**42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки - **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная**

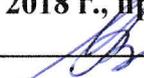
Согласовано  
Руководитель ОПОП  
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю  
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением  
Учебно-методического совета  
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
инновационных технологий управления в  
государственной сфере и бизнесе

07.02 2018 г., протокол № 8  
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:  
 Зиновьева Н.О.

Санкт-Петербург 2018

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование знаний, навыков и компетенций в области психологических знаний для PR -специалистов, а также оценки эффективности их применения.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- дать представление об основных современных психологических знаниях для PR-специалистов;
- познакомить с основными методиками и техниками работы в области прикладной психологии (в практике PR –специалиста);
- заложить основы практических навыков применения психологических знаний для PR -специалистов;
- научить прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП.

Дисциплина «Психологический практикум для PR -специалиста» относится к вариативной части ОПОП (дисциплины по выбору), обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина изучается в шестом семестре.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Психология массовых коммуникаций», «Деловые коммуникации», «Теория массовой информации». Дисциплине «Психологический практикум для для PR-специалиста» дополняет последующее или параллельное освоение следующих дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью», «Антикризисные коммуникации», «Медиаманипулирование». Освоение дисциплины позволит подготовиться к Учебной и Производственной практик.

## 3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код Компетенции	Компетенция
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании

	и мероприятия
<b>ПК-1</b>	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- общие психологические подходы и научные направления в решении психологических проблем;
- типы и классификации психологических проблем в PR -деятельности;
- методы анализа проблемных ситуаций в PR -деятельности;
- область прикладной психологии для PR -специалистов, способствующую созданию ситуации выбора оптимального решения в PR -деятельности.

**Уметь:**

- анализировать проблемную ситуацию;
- выделять существенные признаки психологических элементов проблемной ситуации;
- подбирать адекватные проблеме психологические приемы для PR -специалистов для разрешения ситуации и выработки оптимального решения;
- определять эффективность использования психологических приемов для PR -специалистов в коммуникации.

**Владеть:**

- практическими приемами в выборе психологических знаний для PR -специалистов с позиций различных направлений и подходов принятия решений;
- навыками выявления и диагностики проблемной ситуации;
- разработки и подбора алгоритма принятия решений в проблемных ситуациях.
- приемами установления, поддержания коммуникации;
- методами оценки эффективности коммуникации.

Основные признаки проявленности формируемых компетенций в результате освоения дисциплины «Психологический практикум для PR -специалистов» сведены в таблицах:

## Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

<b>ОПК-5</b>	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
--------------	------------------------------------------------------------------------

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	<p><b>Знать</b> Может дать критический анализ современным проблемам в методах, моделях и теориях проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p><b>Уметь</b> Свободно ориентируется в проведении под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области</p> <p><b>Владеть</b> Способен грамотно обосновать собственную позицию относительно решения современных проблем в процессе проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий рекламы. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.</p>
Базовый	<p><b>Знать</b> Понимает специфику основных направлений психологических практикумов для рг-специалистов.</p> <p><b>Уметь</b> в основном применять базовые теоретические знания в области психологических практикумов в СО.</p> <p><b>Владеть</b> основными навыками использования психологических практикумов в СО.</p>
Минимальный	<p><b>Знать</b> некоторые закономерности использования психологических практикумов в СО.</p> <p><b>Уметь</b> на теоретическом уровне описывать специфику использования психологических практикумов в рекламной деятельности.</p> <p><b>Владеть</b> некоторыми элементами в области использования психологических практикумов в профессиональной рекламной деятельности.</p>

<b>ПК-1</b>	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	<b>Знать</b> в полной мере особенности использования психологических практикумов для рг-специалистов при проведении мероприятий по

	<p>повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.</p> <p><b>Уметь</b> Свободно ориентируется в использовании психологических практикумов для рг-специалистов в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области.</p> <p><b>Владеть</b> Полностью владеет навыками использования психологических практикумов в связях с общественностью в процессе управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлении оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.</p>
Базовый	<p><b>Знать</b> Понимает специфику использования психологических практикумов для рг-специалистов в управлении и организации основных мероприятий в рекламе и СО.</p> <p><b>Уметь</b> в основном применять базовые теоретические знания в области психологических практикумов для рг-специалистов в профессиональных мероприятиях.</p> <p><b>Владеть</b> Способен участвовать в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.</p>
Минимальный	<p>Знать некоторые закономерности использования психологических практикумов для рг-специалистов в профессиональных мероприятиях СО и рекламы.</p> <p>Уметь на теоретическом уровне описывать специфику использования психологических практикумов для рг-специалистов в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью.</p> <p>Владеть некоторыми элементами в области использования психологических практикумов в профессиональной рекламной деятельности и СО, однако не владеет навыками оценивания эффективности профессиональной деятельности.</p>

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины — 2 зачетные единицы, 72 ак. часа.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>72</b>	-	-
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:</b>	<b>44</b>	-	-
в том числе:			
Лекции	22	-	-
практические занятия	22	-	-
семинарские занятия	-	-	-

Самостоятельная работа (СРС) – всего:	28	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)</b>	<b>зачет</b>	-	-

#### 4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 6	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивно й форме, час.	Формируем ые компетенци и
			Лекции	Семинар Лаборат. Практикум	Самост. работа	зачет		
1	Функции специалиста по связям с общественностью. Методы их осуществления		2	2	2			ОПК-5
2	Возможности применения психологических практикумов для рг- специалистов для повышения эффективности работы PR- специалиста		2	2	2			ОПК-5 ПК-1
3	Определение понятия «психологический практикум для рг- специалистов».		2	2	4			ПК-1
4	Целеполагание как психологический практикум для рг- специалистов в ПР- деятельности.		4	2	4			ОПК-5 ПК-1
5	Использование психологических знаний для PR –		2	4	4			ОПК-5 ПК-1

	специалистов.						
6	Создание эффективных медиа-сообщений		4	4	4		ОПК-5 ПК-1
7	Использование психологических знаний для PR - специалистов для работы со СМИ.		2	2	4		ОПК-5 ПК-1
8	Использование психологических знаний для PR - специалистов в кризисных ситуациях.		4	4	4		ОПК-5 ПК-1
	ИТОГО		22	22	28		

## 4.2. Содержание разделов дисциплины

### **Раздел 1. Функции специалиста по связям с общественностью. Методы их осуществления.**

Определение публик рилейшнз. Цели и задачи публик рилейшнз, функции. Планирование. Работа с имиджем организации, формирование корпоративной культуры. Спонсоринг и фанд-рейзинг. Работа с текстами. Организация пресс-конференций. Организация презентаций. Организация других информационных мероприятий. Составление медиа-карты, мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения. Управление кризисными ситуациями.

### **Раздел 2. Возможности применения психологических практикумов для повышения эффективности работы PR-специалиста.**

Применение психологических практикумов в PR: этический аспект. Психологические практикумы для pr-специалистов как инструмент профессионального коммуникатора. эффективной коммуникации.

Особенности человеческого восприятия. Процесс общения: повышение эффективности.

### **Раздел 3. Определение понятия «Психологический практикум для PR-специалистов».**

Понятия «психологический практикум» и «психотехника». Принципы и методы формирования поведения человека посредством психических воздействий. Экспертиза психологических практикумов для PR-специалистов. Психологические практикумы для PR-специалистов эффективной коммуникации и взаимодействия субъектов коммуникативного процесса. Коммуникативные психологические практикумы в PR-деятельности.

### **Раздел 4. Целеполагание как психологический практикум в PR-деятельности.**

Четырехзвенная циклическая модель успешной деятельности. Технология постановки целей. Иерархия целей. Модель жизненной стратегии. Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели. Адекватность оценки сложности достижения результата. Позитивное целеполагание. Использование визуализации как психологический практикум в PR-деятельности.

### **Раздел 5. Использование психологических знаний для PR –специалистов.**

Использование стереотипизации мышления. Развитие критичности мышления. Работа с субмодальностями человека. Принцип уподобления. Психологический практикум установления контакта. Психологический практикум ведения беседы. Активное слушание. Психологический практикум снятия напряжения. Похвала и комплименты. Психологический практикум работы с сопротивлением. Техника отвлечения – дымовой завесы. Техника дефрагментации – «белого шума». Создание – однородных комментариев. Создание противоречивых мнений без фактов и анализа. Оснащение фактов сложными теоретическими выкладками. Техника сотворения (прием подтасовки фактов). Техника превращения – «конвертация взглядов». Прием «имаго», эффект «нога в дверях». Техника

«объективного подхода» (прием «самосбывающегося пророчества»). Техника сопоставления – «исторических аналогий» (прием «ничто не ново под луной»). Техника апеллирования – «адресации к социуму» (эффект «социального доказательства», прием «народ против»). Техника обесценивания (прием «ворота в дегте»). Техника анонимного информирования (прием «человек, похожий на...»). Техника использования слухов (прием «как нам стало известно»). Техника дезинформирования (прием «кто бы мог подумать, но...»). Техника семантического манипулирования (прием «как корабль назовешь, так он и поплывет»). Речевые стратегии.

#### **Раздел 5. Использование психологических знаний для PR –специалистов.**

Приемы и методы социально-психологического воздействия, использующие массовые эффекты убеждения, заражения, внушения, подражания, моды, веры. Построение образа ожидаемого события. Как создать «нужный» миф. Правила временной и пространственной организации знаковых событий. Стимулирование активности целевых групп. Работа с «лидерами мнения», методы работы с «лидерами мнения» («агентами подхода»). Примеры эффективного использования «агентов подхода» в современной практике. Управление массовым стихийным поведением. Правила использования слухов.

#### **Раздел 6. Создание эффективных медиа-сообщений. Почему «нейтральная»**

заметка в газете или сюжет по телевидению воспринимаются с большим доверием, чем самая изощренная реклама. Методы «фильтрации идей» с помощью СМИ. Способы форматирования реальных событий. Теория «настройки на нужную волну». Психологические техники создания «правильных» зрительных и звуковых образов. Каким должен быть информационный повод, какое событие может стать информационным поводом. Как сделать из рядового события то, что заинтересует редакторов. Адресат – кому направлять пресс-релиз. Технология

подготовки текста. Правила общения с «акулами пера». Технологии подготовки к интервью. Правила поведения во время интервью.

## **Раздел 7. Использование психологических знаний для PR -специалиста для работы со СМИ.**

Принципы убеждающего воздействия. Психологический практикум внушения. Понятие внушения. История изучения внушающего воздействия. Виды внушения. Формы реакции аудитории на внушение. Психологический практикум пропаганды. Понятие пропаганды. Виды пропаганды. Психологический практикум создания пропагандистского сообщения. Психологический практикум создания образа врага. Психологические приемы создания образа врага. Концепция создания образа врага Р. Уайта. Психологический практикум «промывания мозгов» для PR-специалиста. Понятие «промывание мозгов». Приемы «промывания мозгов» в СМИ. Псевдологика (логический обман), Психофизиологические приемы телерекламы, снижающие критичность восприятия. Психологические эффекты в СМИ. Эффект стеротипизации. Эффект ореола. Эффект бумеранга. Эффект края. Эффект первичности.

## **Раздел 8. Использование психологических знаний для PR -специалистов в кризисных ситуациях.**

Типы проблемных ситуаций. Системные принципы решения кризисных проблем: принцип целостности; принцип развития; обратной связи (коммуникативности); принцип структурности; принцип толерантности. Методы системного анализа кризисной ситуации: системный анализ, системный синтез, моделирование. Проблемные ситуации межличностного взаимодействия. Стресс, фрустрация, конфликт и кризис как основные виды проблемных ситуаций. Ситуационные факторы. Психология принятия решения в PR-деятельности. Процесс принятия решения как психологическая проблема. Алгоритм принятия решения. Психологический практикум работы с защитным поведением партнеров (сотрудников) в кризисных ситуациях. Работа с коммуникативными барьерами. Психологический практикум для PR-

специалистов формирования конструктивного решения проблемных ситуаций. Психологический практикум повышения психологической устойчивости к восприятию кризисных ситуаций в ПР-деятельности. Способы коррекции и профилактики стрессовых состояний.

#### 4.3. Практические занятия

№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Формируемые компетенции
1	Составление медиа-карты, мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам	ОПК-5
2	Процесс общения: повышение эффективности. Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ОПК-5 ПК-1
3	Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели. Проводится как практическое занятие.	ПК-1
4	Психологический практикум влияния в PR коммуникациях. Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ОПК-5 ПК-1
5	Управление массовым стихийным поведением. Проводится в форме семинара – пресс-конференции. Заслушивание докладов.	ОПК-5 ПК-1
6	Технология подготовки текста. Технологии подготовки к интервью.. Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ОПК-5 ПК-1
7	Психологический практикум пропаганды. Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ОПК-5 ПК-1
8	Психологический практикум работы с защитным поведением партнеров (сотрудников) в кризисных ситуациях.. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам	ОПК-5 ПК-1

### 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

#### 5.1. Текущий контроль

Текущий контроль осуществляется с помощью дискуссий на практических занятиях, самостоятельных работ, а также ответами на контрольные задания.

### **Образцы контрольных заданий текущего контроля**

**Контрольное задание 1.** Определить особенности личности руководителя предприятия. 2. Определить основное направление мотивации руководителя «избегание - достижение». 3. Определить ключевую ценность руководителя. 4. Определить ориентированность руководителя на «процесс или результат». 5. Определить приоритетные формы установления контакта с руководителем и дать прогноз успешности или неуспешности на данной позиции.

**Контрольное задание 2.** Извлечь из ответов «лидеров мнений» как можно больше информации по следующим направлениям: • Каковы особенности работы/функций, подходящих для этих сотрудников? • Каким образом мотивировать сотрудника? • Какие особенности управления сотрудником можно выделить? • Какая корпоративная культура наиболее полно соответствует данным сотрудникам? • Есть ли какие-то негативные моменты/угрозы, связанные с пребыванием данного «лидера мнений» в организации?

**Контрольное задание 3.** На основании этих утверждений и\или вопросов определить, какой психологический практикум взаимодействует со сотрудниками и\или с руководством предприятия подходит. 1. Я считаю себя хорошим руководителем. 2. Что лучше: идеальный исполнитель со средним потенциалом или «звезда» с большими амбициями и меньшей стабильностью? Обоснуйте выбор. А кого бы Вы взяли на работу? 3. Сотрудник постоянно уклоняется от ответственности, переспрашивает о том, как выполнять текущую работу, но в итоге все делает весьма исполнительно. Сотрудник работает в компании около полугода. Чем эта ситуация может быть вызвана? Ваши действия 4. Опишите основные возможности и риски при создании в организации нескольких профит-центров с самостоятельными

бюджетами 5. Почему одни люди добиваются успеха, а другие терпят неудачу в жизни? 6. За что руководителю следует уволить сотрудника сразу? 7. Зачем люди стремятся сделать карьеру? 8. Вы считаете, что лучше всего распределить участки в бухгалтерии между людьми надолго или периодически (раз в год или полгода) делать ротации? Почему? 12. Опишите свое самое большое достижение. Почему Вы считаете это своим основным достижением? 13. Каким должен быть хороший PR-специалист? 14. Каким должен быть идеальный руководитель? (Все ответы должны базироваться на том, какой психологический практикум для PR-специалистов стоит использовать в каждом конкретном случае).

**Контрольное задание 4.** Ответьте на вопросы. В ответах используйте перечень психологических практикумов для PR-специалистов, уместных для данного случая. 1. Вы набираете персонал в свой PR-отдел. Вы дали обещание одному из кандидатов, он объявил на предыдущем месте работы об увольнении и отработывает две недели. В этот период у Вас оказывается другой кандидат, который нравится Вам больше. Ваши действия? Почему Вы так поступите? 2. Руководитель в отпуске, а люди работают так же интенсивно, как и в его присутствии. Почему? 3. Представьте себе, что к Вам в подчинение приходит человек, работавший ранее на должности, такой же как у Вас. Чем может быть вызван такой переход и каковы будут Ваши действия?

**Контрольное задание 5.** Определить формат правильно организованного PR-сопровождения (подход, цели, задачи, виды используемых психологических практикумов для PR-специалистов: 1. Предприятие хочет выйти с продукцией в другой регион. Есть сомнения в правильности подхода или подход руководства не отличается хаотичен и непоследователен. Ваши предложения? 2. На предприятии назрели структурные преобразования. Генеральному директору посоветовали создать PR-отдел и пригласить Вас в качестве руководителя. Ваши стратегия и тактика (опишите несколько последовательных или параллельных шагов с использованием

психологических практикумов для pr-специалистов). 3. Несколько человек или групп враждуют между собой. Это пагубно влияет на результаты деятельности предприятия. Ваши действия в кризисной ситуации? 4. Начальник отдела добивается блестящих результатов, но ценой постоянных конфликтов. Возникла угроза потерять одного или нескольких ведущих специалистов. Ваши действия? 5. Возникло недопонимание между различными уровнями управления (директорат и руководители отделов), что грозит развалу компании. Действия Вашего отдела? 7. Возникло недопонимание между руководством предприятия и рядовыми сотрудниками. Первое лицо предприятия считает, что сотрудники отдела сбыта, не умеют работать с клиентами, продажи падают. Как PR-отдел может участвовать в разрешении этой ситуации?

## **5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.**

Самостоятельная работа студентов заключается в изучении основной и дополнительной литературы по темам курса, подготовке к практическим занятиям и контрольным работам, создании презентации. На занятиях преподаватель распределяет доклады на следующее занятие.

По окончании выступления с докладом, студенты задают выступающему вопросы по теме презентации. Итоги этой сессии «вопрос-ответ» входят как в оценку выступающего, так и помогают его/её сокурсникам поднять оценку по критерию «вовлеченности в работу курса», который является частью оценочного блока «посещаемость/активность на занятии».

Все результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем на практических занятиях и в часы консультаций, оцениваются и учитываются при текущей аттестации студента.

### **Примерная тематика докладов**

1. Теория межкультурного содержания коммуникации

2. Виды коммуникации: цели, социально-психологические механизмы.
3. Психологический практикум для pr-специалистов в межличностной коммуникации.
4. Психологический практикум для pr-специалистов в массовой коммуникации.
5. Формирование имиджа организации.
6. Психологический практикум для pr-специалистов управления кризисными ситуациями.
7. Психологический практикум для pr-специалистов и психологическое манипулирование.
8. Когнитивно-бихевиористский подход в психологии о формировании поведения человека.
9. НЛП как совокупность психологических практикумов для pr-специалистов, используемых в PR-деятельности.
10. Основные функции PR-специалиста.
11. Стратегическое планирование в PR-деятельности.
12. Психологический практикум для pr-специалистов и PR-технологии формирования имиджа организации.
13. Технологии организации пресс-конференции.
14. Мифотворчество в PR-деятельности.
15. Психологический практикум для pr-специалистов повышения мотивации аудитории (на примере презентации).
16. Речевые структуры, используемые во психологических практикумах для pr-специалистов.
17. НЛП – тактики эффективной коммуникации.
18. Создание доверия аудитории как психологический практикум для pr-специалистов.
19. Использование психологического практикума для pr-специалистов при проведении переговоров.

20. Психологический практикум для pr-специалистов воздействия на репрезентативную систему человека.

### **5.3. Промежуточная аттестация.**

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта.

#### **Перечень вопросов к зачету:**

1. Понятие кризисной ситуации в ПР-деятельности.
2. Типы кризисных ситуаций.
3. Методы системного анализа кризисной ситуации.
4. Определение термина "Психологический практикум для pr-специалистов ". Интегративная модель психологического практикума для pr-специалистов.
5. Использование когнитивно-поведенческих психологических практикумов для pr-специалистов в ПР-деятельности.
6. Определение ведущих модальностей коммуникатора.
7. Психологический практикум для pr-специалистов выхода из проблемной ситуации.
8. Психологический практикум для pr-специалистов процесса принятия решения.
9. Психологический практикум для pr-специалистов преодоления коммуникативных барьеров.
10. Психологический практикум для pr-специалистов установления контакта с группой и отдельным собеседником.
11. Психологический практикум для pr-специалистов повышения готовности к межличностному взаимодействию.
12. Психологический практикум для pr-специалистов повышения психологической устойчивости к кризисным ситуациям
13. Психологический практикум для pr-специалистов на политическом рынке.

14. Развитие консультационных услуг по созданию имиджа политических лидеров.
15. Использование современных психологических практикумов в качестве механизма регулирования политических конфликтов.
16. Психологические практикумы для pr-специалистов, используемые в оптимизации структуры организации.
17. Психологический практикум для pr-специалистов формирования команды: этапы, методы, функционирование.
18. Психологический практикум для pr-специалистов проведения встреч с избирателями.
19. Использование психологических практикумов для pr-специалистов в рекламе.
20. Коммуникативная эффективность PR- и рекламных кампаний.
21. Психологический практикум для pr-специалистов работы со СМИ.
22. Психологический практикум для pr-специалистов регулирования социально-психологических процессов в организации.
23. Роль психологических практикумов для pr-специалистов в формировании массового сознания.
24. Особенности вербальных психологических практикумов для pr-специалистов.
25. Особенности невербальных психологических практикумов для pr-специалистов.
26. Основные уровни коммуникации: массовая, деловая (специализированная) и личностная.
27. Коммуникации внутри организации.
28. Межличностная коммуникация. Чувства и эмоции как коммуникативные действия личности.
29. Понятие и виды коммуникативных барьеров. Условия их преодоления.

30. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.
31. Уровни межличностного и внутригруппового общения в организации.
32. Формы и средства внутриорганизационной коммуникации.
33. Психологический практикум для pr-специалистов убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания.
34. Убеждение как способ коммуникативного воздействия на аудиторию.
35. Внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
36. Ритуальная и манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.
37. Психологический практикум для pr-специалистов взаимодействия организации с целевыми аудиториями внешней среды.
38. Специфика публичных коммуникаций в государственных учреждениях.
39. Технологии внутриорганизационной коммуникации.
40. Управление новостями в социальной коммуникации.
41. Символы и мифы публичной коммуникации.
42. Пропаганда как вид социальной коммуникации.
43. Переговорный процесс как вид межличностной и межгрупповой коммуникации.
44. Психологический практикум для pr-специалистов в диалоге и монологе, дискуссии и диспуте.
45. Психологический практикум для pr-специалистов работы со слухами.
46. Влияние психологических практикумов для pr-специалистов на мышление и поведение.
47. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
48. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
49. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

50. Роль коммуникации в корпоративной деятельности.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Основная литература:**

1. Психология рекламы: Учебное пособие/Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-16-004777-5, 500 экз. В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960>
2. Паблик рилейшнз: принципы и практика / Китчен Ф.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с.: ISBN 5-238-00603-9 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872262>
3. Аминов, И. И. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов / И. И. Аминов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 287 с. - ISBN 978-5-238-01098-4. В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390280>
4. Паблик рилейшнз / Джефкинс Ф., Ядин Д., Еремина Б.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 416 с.: ISBN 5-238-00567-9 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=881717>

### **б) Дополнительная литература:**

1. Алдер Х. НЛП: современные психотехнологии: перевод с английского А. Говорунова - СПб: Издательство «Питер», 2000.
2. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М. : ИКФ «ЭКМОС», 2002. 479 с.
3. Бочкарев А. В. Механизм формирования корпоративной культуры. [Электронный ресурс] // Проект «Мамба.ru». Электрон. дан.: 1 файл. - #"[justify](#)">Брегман Г., Гоз И. Захватывающий текст и ВАК. [Электронный ресурс] // Psychology online Russia, март 2000. Электрон. дан.: 1 файл. -

#"justify">Брегман Г., Каплунов А. Метод НЛП. [Электронный ресурс] // Psychology Online Russia. Электрон. дан.: 1 файл. - #"justify">

4. Бэндлер Р., Гриндер Д. Рефрейминг. Ориентация личности с помощью речевых стратегий. - Воронеж: МОДЭК, 1995.
5. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и публичных речей. Ч. 1. - СПб.: ТОО «ТРИЗ-ШАНС»: Изд. дом «Бизнес-пресса», 1998.
6. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб. : Питер, 2011. 285 с.
7. Горин С. А. Техники рассыпью. - М.,: Издательство «КСП+», 2001.
8. Дилтс Р. Изменение убеждений с помощью НЛП / Пер. с англ. В.П. Чурсина. - М.: Независимая фирма «Класс», 1997. - (Библиотека психологии и психотерапии).
9. Доти Д. Публичности и публичных речей. М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1996.
10. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Публичных речей. Теория и практика. М.; СПб.; Киев : Издательский дом «Вильямс», 2001. 624 с.
11. Любимов А. Ю. Мастерство коммуникации. - М.,: Издательство «КСП+», 1999.
12. Публичных речей. Связи с общественностью в сфере бизнеса: уч. пособие Под ред. Уткина Э. А.- М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд. ЭКМОС, 1999.
13. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М. : Рефл-бук : Ваклер, 2006. 462 с.
14. Теория и технология решения психологических проблем: Учебное пособие / В.В. Гребнева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с.
15. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. - 3-е изд. - М.: Дело, 2001. - (Сер. «Наука управления»).
16. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков; Международная академия бизнеса и управления. - М.: Дашков и К, 2011. - 408 с.
17. Эйхер Д., НЛП в бизнесе и менеджменте - М.: Институт Общегуманитарных Исследований, 2001.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. <http://4p.ru/>
2. <http://7st.ru> compromat. ru
3. <http://aup.ru>
4. <http://creativ.ru>
5. <http://marketing.spb.ru>
6. <http://prpro.hut.ru/libr5.html>
7. <http://romic.ru> <http://rayter.com>
8. <http://sfin.ru> <http://marketingmix.ru>
9. <http://sostav.ru>
10. <http://www.psylib.kiev.ua/http://www.psylib.kiev.ua/>

## 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Самостоятельная работа	Поиск литературы и составление библиографии по теме, использование от 3 до 5 источников. Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники. Изложение основных аспектов проблемы, анализ мнений авторов и формирование собственного суждения по исследуемой теме.
Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Решение ситуационных задач.
Подготовка к зачёту	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на

конспекты лекций, рекомендуемую литературу и решение ситуационных задач на практических занятиях.
---------------------------------------------------------------------------------------------------

## 8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- лекции-визуализации;
- на семинарских занятиях выступления студентов с докладами (рефератами) сопровождаются соответствующими слайд-презентациями;
- для работы с нормативно-правовыми актами в ходе практических занятий используется выход через Интернет на электронные ресурсы СПС Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>) или СПС Гарант (<http://www.garant.ru/>);
- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к семинарским (практическим) занятиям и подбору необходимой литературы, помимо консультаций, осуществляется посредством электронной почты.

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Функции специалиста по связям с общественностью. Методы их осуществления	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Возможности применения психотехнологий для повышения эффективности работы PR-специалиста	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Определение понятия «психотехнология».	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Целеполагание как психотехнология в ПР-деятельности.	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Использование психологических	чтение лекций с использованием слайд-	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет

знаний для PR –специалистов.	презентаций, электронного курса лекций	
Создание эффективных медиа-сообщений	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Использование психологических знаний для PR-специалистов для работы со СМИ.	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Использование психологических знаний для pr-специалистов в кризисных ситуациях.	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.**

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

#### **10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.