

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ PR-МЕРОПРИЯТИЙ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00	Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата	
Направление подготовки	42.03.01	Реклама и связи с общественностью
Направленность образовательной программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	Очная, заочная	

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Организация PR-мероприятий»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

Ст. преподав. кафедры журналистики

Е.Г. Грудева

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.

Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета

15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета

Протокол от 15.04.2026 г. № 4.

Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной

программы, д-р наук по соц. ком., доц.

14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Основы рекламоведения.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Креатив в рекламе и связях с общественностью: проектирование рекламного продукта, Корпоративная культура, Имиджевые стратегии в рекламе и PR, Производственная практика: профессионально-творческая, Производственная практика: преддипломная, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.2 Организация PR-мероприятий
Часть образовательной программы	Вариативная часть: обязательные дисциплины
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	32	–	32	44	108	экзамен
Очная, всего								
Заочная	3	5	6	-	6	96	108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Организация PR-мероприятий» – получение теоретических знаний и практических навыков по специфике планирования, организации,

особенностей проведения PR-мероприятий, понимание особенностей подготовки, PR-мероприятий и их роли в PR-продвижении.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Знает: теорию и практику создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Умеет: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Владеет: навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Планирование и организация PR-мероприятий	
Тема 1. Вводная. Основные причины, создающие потребность PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности общества	Предпосылки создания различных PR-мероприятий. Методы исследования необходимости проведения PR – активностей. Основные виды PR – мероприятий. Мероприятия, направленные на установление отношений со средствами массовой информации. Специальные мероприятия в связях с общественностью. Корпоративные мероприятия в связях с общественностью
Тема 2. Планирование PR-мероприятий	Формирование целей и задач. Ситуационный анализ. Определение целевой аудитории. Разработка сообщений. Составление рабочего плана. Определение бюджета.
Тема 3. Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	Виды рисков. Стратегическое планирование предупреждения рисков. Специфика управления рисками на подготовительном этапе проведения PR-мероприятия. Исследование PR-объекта с точки зрения оценки его сильных и слабых сторон – SWOT-анализ.
Тема 4. Особенности создания и разработки сценария PR-мероприятия	Функции планирования PR-кампаний. Выбор формы мероприятия. Подготовка к работе над сценарием. Виды сценариев PR-мероприятия.

Тема 5. Организация PR-мероприятий.	Основные требования к месту проведения мероприятий. Подготовка и распространение приглашений, реклама в СМИ предстоящего мероприятия и предварительное PR-освещение его в прессе. Презентация – представление информации на мероприятии. Особенности работы с персоналом. Последующая оценка и закрепление результатов мероприятия.
Раздел 2. Особенности подготовки и проведения отдельных видов PR-мероприятий.	
Тема 6. Планирование, подготовка и проведение пресс-конференций и брифингов	Сходство и различие пресс-конференций и брифингов. Информационные поводы для проведения пресс-конференций и брифингов. Этапы подготовки пресс-конференций и брифингов. Проведение мероприятий. Оценка результатов проведения. Типичные ошибки в организации пресс-конференций и брифингов.
Тема 7: Организация и проведение специальных PR-мероприятий	Цели и задачи специальных мероприятий, их роль в организации PR-кампаний. Типы специальных мероприятий. Особенности их организации и проведения.
Тема 8. Особенности организации и проведения деловых приемов.	Виды деловых приемов. Дневные и вечерние деловые приемы. Особенности планирования, организации и проведения деловых приемов. Дресс-код. Оформление и рассылка приглашений. Подготовка помещения. Особенности работы с персоналом при организации и проведении деловых приемов.
Тема 9. Особенности организации и проведения церемоний открытия.	Роль церемонии открытия в организации и проведении PR-кампаний. Особенности создания сценария церемонии открытия. Особенности организации пространства. Протокол и этикет при проведении церемонии открытия. Особенности организации и проведения открытия спортивного мероприятия.
Тема 10. Выставки и ярмарки как особый вид PR-мероприятий	Цели экспозиционной деятельности организации. Принятие решения об экспонировании с учетом рисков. Особенности организации участия в выставке. Качественная и количественная оценка экспонирования.
Раздел 3. Особенности соблюдения норм протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий.	
Тема 11. Роль государственной символики в организации и проведении PR-мероприятий.	Особенности размещения государственной символики. Правила размещения флага Российской Федерации. Правила размещения герба Российской Федерации. Исполнение гимна Российской Федерации.
Тема 12. Особенности соблюдения делового протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий	Основные принципы делового этикета. Невербальные средства делового общения. Основные правила делового дресс-кода. Организация вербального взаимодействия. Речевая коммуникация. Этикет сетевого делового общения. Этикет составления деловой корреспонденции. Тактика проведения деловой беседы. Этикет и протокол деловых переговоров.
Тема 13. Особенности соблюдения дипломатического протокола и этикета при организации и	Протокол как политический инструмент дипломатии. Старшинство как суть дипломатической протокольной практики. Гостевой этикет. Подготовка программы пребывания зарубежных гостей. Особенности

проведении PR-мероприятий	организации встречи зарубежной делегации. Деловая часть программы визита. Представительские мероприятия.
Тема 14. Особенности Работы с партнерами проекта	Виды партнерской деятельности. Договорные отношения. Степень ответственности партнеров. Возможность использования альтернативных контактов, заменяющих или дополняющих услуги партнеров
Тема 15. Особенности работы со спонсорами	Виды спонсорства. Разработка спонсорских пакетов. Управление рисками при работе со спонсорами.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Планирование и организация PR-мероприятий	12	–	10	16	38
Тема 1. Вводная. Основные причины, создающие потребность PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности общества	2	–	2	2	6
Тема 2. Планирование PR-мероприятий	2	–	2	4	8
Тема 3. Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия	2	–	2	2	6
Тема 4. Особенности создания и разработки сценария PR-мероприятия	2	–	2	4	8
Тема 5. Организация PR-мероприятий.	4	–	2	4	10
Раздел 2. Особенности подготовки и проведения отдельных видов PR-мероприятий.	10	–	10	14	34
Тема 6. Планирование, подготовка и проведение пресс-конференций и брифингов	2	–	2	4	8
Тема 7. Организация и проведение специальных PR-мероприятий	2	–	2	4	8
Тема 8. Особенности организации и проведения деловых приемов.	2	–	2	2	6
Тема 9. Особенности организации и проведения церемоний открытия	2	–	2	2	6
Тема 10. Выставки и ярмарки как особый вид PR-мероприятий	2	–	2	2	6
Раздел 3. Особенности соблюдения норм протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий.	10	–	12	14	36
Тема 11. Роль государственной символики в организации и проведении PR-мероприятий.	2	–	2	4	8
Тема 12. Особенности соблюдения	2	–	4	4	10

делового протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий					
Тема 13. Особенности соблюдения дипломатического протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий	2	–	2	2	6
Тема 14. Особенности Работы с партнерами проекта	2	–	2	2	6
Тема 15. Особенности работы со спонсорами	2	–	2	2	6
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР / ЗА КУРС / ПО КОМПОНЕНТУ ОП	32	–	32	44	108

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 3, семестр – 5

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Планирование и организация PR-мероприятий Тема 1. Вводная. Основные причины, создающие потребность PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности общества Тема 2. Планирование PR-мероприятий Тема 3. Анализ и оценка рисков на подготовительном этапе PR-мероприятия Тема 4. Особенности создания и разработки сценария PR-мероприятия Тема 5. Организация PR-мероприятий.	2	–	2	32	36
Раздел 2. Особенности подготовки и проведения отдельных видов PR-мероприятий. Тема 6. Планирование, подготовка и проведение пресс-конференций и брифингов Тема 7. Организация и проведение специальных PR-мероприятий Тема 8. Особенности организации и проведения деловых приемов. Тема 9. Особенности организации и проведения церемоний открытия Тема 10. Выставки и ярмарки как особый вид PR-мероприятий	2	–	2	32	36
Раздел 3. Особенности соблюдения норм протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий. Тема 11. Роль государственной символики	2	–	2	32	36

в организации и проведении PR-мероприятий. Тема 12. Особенности соблюдения делового протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий Тема 13. Особенности соблюдения дипломатического протокола и этикета при организации и проведении PR-мероприятий Тема 14. Особенности Работы с партнерами проекта Тема 15. Особенности работы со спонсорами					
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР / ЗА КУРС / ПО КОМПОНЕНТУ ОП	6	—	6	96	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

1. PR-мероприятия, направленные на установление отношений со средствами массовой информации.
2. Информационное спонсорство как один из эффективных инструментов PR.
3. Пресс-клуб и пресс-пул как особая форма взаимодействия с журналистами.
4. Основные поводы для проведения брифингов и пресс-конференций. Сходства и отличия этих мероприятий.
5. Планирование и подготовка мероприятия – основные этапы.
6. Специальные мероприятия в связях с общественностью. Задачи специальных PR-акций.
7. Презентация. Виды презентаций в зависимости от характера и целей проведения.
8. Исследование PR-объекта с точки зрения оценки его сильных и слабых сторон. SWOT-анализ.
9. Ситуационный анализ и его роль в планировании и подготовке PR-мероприятий.
10. Определение целевых групп на этапе планирования и подготовки PR-мероприятия.
11. Первичная и вторичная целевые аудитории и их роль в планировании и подготовке PR-мероприятий.
12. Оценка результатов проведения PR-мероприятия.
13. Подготовка пресс-конференции
14. Пресс-конференция. Проведение мероприятия.
15. Пресс-конференция. Оценка результатов проведения.
16. Этапы подготовки к работе над сценарием PR-мероприятия.
17. Виды сценариев и их краткая характеристика.
18. Развернутый сценарий мероприятия: для кого предназначен и из каких пунктов состоит.
19. Сценарный план мероприятия: для кого предназначен и из каких пунктов состоит.

20. Технический сценарий мероприятия: для кого предназначен и из каких пунктов состоит.
21. Организация PR -мероприятий: общие требования к помещению (месту проведения мероприятия).
22. Организация PR -мероприятий: Promotion (реклама и информирование).
23. Организация PR -мероприятий: Presentation (представление информации на мероприятии)
24. Основные требования к оформлению и рассылке приглашений на мероприятие.
25. Роль персонала в организации и проведении мероприятий.
26. Организация PR -мероприятий: действия после мероприятия, оценка результатов.
27. Основные спецсобытия, организация которых относится к компетенции PR.
28. Церемония открытия – особенности подготовки и проведения.
29. Церемония награждения – особенности подготовки и проведения.
30. Организация трансфера и проживания для гостей мероприятия. Обеспечение безопасности.
31. Работа с подрядными организациями на этапе подготовки и проведения мероприятия.
32. Организация и проведение конференций.
33. Организация и проведение «Круглого стола» — одной из форм генерирования и обсуждения идей, значимых для различных групп общественности.
34. Особенности организации и проведения презентаций.
35. Деловые приемы: основные виды деловых приемов.
36. Деловые приемы: дневные приемы (особенности организации, меню, время проведения, форма одежды).
37. Деловые приемы: вечерние приемы (особенности организации, меню, время проведения, форма одежды).
38. Деловые приемы: с рассадкой и без рассадки за столом (особенности организации, меню, время проведения, форма одежды).
39. Особенности оформления и вручения приглашений на официальный прием.
40. Особенности сервировки стола на официальном приеме.
41. Особенности рассадки гостей за столом на официальном приеме.
42. Выставки и ярмарки как особый вид специальных PR-мероприятий.
43. Выставки и ярмарки: цели экспозиционной деятельности организации
44. Выставки и ярмарки: Принятие решения об экспонировании.
45. Выставки и ярмарки: организация участия в мероприятии.
46. Особенности использования государственной символики при проведении PR-мероприятий.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет

Филологический факультет

Кафедра журналистики

Программа высшего образования

Направление подготовки

Профиль подготовки

Программа бакалавриата

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью

Форма обучения
Семестр
Дисциплина

Очная, заочная
Четвертый
Организация PR-мероприятий

Экзаменационный билет № 1

1. Ситуационный анализ и его роль в планировании и подготовке PR-мероприятий
2. Особенности оформления и вручения приглашений на официальный прием.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № __ от __._____.2026 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

Экзаменатор

Е.Г. Грудева

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 4, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	20
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 5, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	20
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		50

Экзамен	50
Общий итог за семестр	100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в аудиториях 1-го корпуса (ул. Университетская, 24), учебно-методическом кабинете (ауд. 111) 3-го учебного корпуса (ул. Щорса, 17) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Боровик М. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас. – М.-Альпина Паблишер, 2017. 270 с.
2. Грачев А.С., Грачева С.А. Спирина Е.Г. PR-служба компании. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 160 с.
3. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 240 с.
4. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 109 с.
5. Паничкина Г.Г., Носова Н.С. Как провести успешную рекламную кампанию. – М.: Дашков и К, 2018. 160 с.
6. Романцев А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2017. 116 с.

11.2. Дополнительная литература

7. Барлоу Дж., Меллер К. Жалоба – подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. 328 с.
8. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2018. 320 с.
9. Сазерленд Дж. Scrum. Революционный метод управления проектами. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018 год. 272 с.

10. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.]; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 350 с.
11. Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 230 с.
12. Франкель Н., Румянцев Д. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2017. 320 с.
13. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. – М.: Юрайт, 2018. 163 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).