

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 19.12.2022 15:26:57
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ- ФИЛИАЛ РАНХиГС

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
А.Д.Хлутков

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
«Современные методы и технологии в изучении социальных проблем
общества»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.ДВ.05.01 Социологические методы в PR

39.03.01.- Социология

очная

Год набора - 2022

Санкт-Петербург, 2022

Автор–составитель:

Кандидат филологических наук, доцент
Сосновская А.М.

Заведующий кафедрой социальных технологий: доктор политических наук, доцент,
профессор кафедры социальных технологий И.А. Ветренко.

РПД Б1.В.ДВ.05.01 «Социологические методы в PR» одобрена на заседании кафедры
социальных технологий. Протокол от «30» августа 2021г. №1.

В новой редакции Протокол №9 от «27» июня 2022г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	18
6. Методические материалы для освоения дисциплины.....	24
7. Учебная литература и ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет»	
7.1. Основная литература.....	25
7.2. Дополнительная литература.....	25
7.3. Нормативно-правовые документы и иная правовая информация.....	27
7.4. Интернет-ресурсы.....	27
7.5. Иные источники.....	29
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	29

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

1.1 Дисциплина «Социологические методы в PR» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен проводить измерения и работать с базами данных в различных социальных сферах	ПКс-1.3.	Способен проводить социологические измерения различных сфер жизни общества, работать с первичными и вторичными базами данных

1.2. В результате освоения дисциплины «Социологические методы в PR» у бакалавров должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
На основании Форсайт-сессии, проведенной представителями Центра социологических исследований РАНХиГС, Международного центра современной социологической теории МВШСЭН, 04.июня 2019г ПЗ/ Организация работы по сбору данных социологического исследования ПД/Сбор данных из первичных и вторичных источников	ПКс-1.3.	На уровне знаний: в области социологии труда и занятости На уровне умений: анализировать перспективы и динамику территориального и структурно-отраслевого развития рынка труда На уровне навыков: способность к организации работы по сбору данных социологического исследования, в том числе методом медиа-измерений

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа, 54 астрономических часа.

Объем дисциплины и виды учебной работы для очной формы обучения

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)	Трудоемкость (в астроном. часах)
Общая трудоемкость	72	54
Контактная работа с преподавателем	36	27
Лекции	16	12
Практические занятия	20	15
Консультации	-	-
Самостоятельная работа	36	27
Контроль	-	-
Формы текущего контроля	устный опрос, практические задания, тестирование, лабораторная работа, доклад,	
Форма промежуточной аттестации	зачет	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Социологические методы в PR» (Б1.В.ДВ.05.01, 8 семестр) относится к блоку дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.5 учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 39.03.01 «Социология, направленность (профиль) "Современные методы и технологии в изучении социальных проблем общества" и изучается студентами на 4 курсе.

Дисциплина реализуется одновременно с: Б1.В.ДВ.05.02 Медиа-измерения.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					СР О	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КС Р		
1	История связей с Общественностью и основные	8	4				УО, Д, Т	

	профессиональные термины.				4			
2	Правовые и этические аспекты PR-деятельности.	6			4		2	УО, Д, Т
3	Общественное мнение.	8	4				4	УО, Д, Т
4	Проблемы Манипулирования в PR и механизмы защиты.	6			4		2	УО, Д, Т
5	Технологии PR-деятельности в социальной работе.	8	4		4			УО, Д, П
6	PR-технологии в привлечении инвестиций	8			4		4	УО, Д, ПЗ
7	Планирование PR-деятельности.	8					8	УО, Д, ПЗ
8	Технология работы с Информацией.	4					4	УО, Д, Т
9	Социальная реклама как технология влияния в социальной сфере.	8			4		4	УО, П, ЛР
10	PR-сопровождение социальных проектов	8	4				4	Д, ЛР
Промежуточная аттестация								зачет
Всего(акад. час./астр. час.):		72/54	16/12		20/15		36/27	

* *формы текущего контроля успеваемости:*
УО – устный опрос
Т– тестирование
П– проект
ПЗ – практические задачи
Д- доклад
ЛР- лабораторная работа

Используемые сокращения:

Л- занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР- лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ- практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР- индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ- занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО- самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

***При реализации дисциплины с использованием ДОТ преподаватель самостоятельно адаптирует форму текущего контроля, указанного в таблице, к системе дистанционного обучения.**

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства, и том числе на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

3.2.Содержание дисциплины

Тема 1. История возникновения и основные профессиональные термины связей с общественностью.

История возникновения PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения пресс-служб (отделов рекламы, связей с общественностью). Классификация информационных услуг. Национальные и международные PR – ассоциации. Основные профессиональные термины и понятия: пресс-служба, пресс-секретарь, предприятие, PR – коммуникация, СМК или средства массовой коммуникации, медиа-текст, целевая аудитория.

Тема 2. Правовые и этические аспекты PR-деятельности.

Законы РФ «О средствах массовой информации», «О рекламе» в практике деятельности пресс-секретаря. Правовой режим предоставления информации. Виды кодексов профессионального поведения: Афинский и Европейский (Лиссабонский) кодексы, Кодекс профессионального поведения IPRA, Декларация этических принципов PACO.

Тема 3. Общественное мнение.

Сущность общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как «социальная власть». Субъект общественного мнения.

Коммуникационные модели. Коммуникационные барьеры. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения. Динамическая структура общественного мнения. «Окно Овертона». Концепция «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Лидер общественного мнения, доверие, критика, ответственность, нетерпимость. Средства формирования общественного мнения: пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение.

Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения. Технология убеждения и внушения в устном выступлении. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории. Теория установки С. Узнадзе. Социальная установка. Установка в PR-текстах и при создании имиджа организации. Методы психофизиологического управления аудиторией. Основные методы изучения общественного мнения. Мониторинг СМИ. Механизмы моды: возможности применения в социальной сфере.

Тема 4. Проблемы манипулирования в PR и механизмы защиты. Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования общественным мнением. Критерии манипулирования как явления. Скрытность, неявность, обман; эксплуатация, господство; управление, контроль; принуждение, применение силы; структурирование мира в интересах манипулятора; структурирование мира ради выигрыша, использование другого в качестве вещей, объектов. Возможные индикаторы манипуляции: деформации, сдвиги, несоответствия и т.д. Психологическая защита и проблемы общественного развития. Изменения в общественной системе, системе средств массовой информации.

Понятие психологическая защита. Открытие защитных действий по З. Фрейду.

Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия. Процесс медиапотребления, особенности. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации. Установка в рекламе. Использование жизненных ценностей в манипулировании. Невербальные виды проявления манипуляции. НЛП. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.

Тема 5. Технологии PR-деятельности в социальной работе.

Процесс влияния PR-технологий на общественное мнение. Внешние функции PR, внутренние функции PR в социальной работе. Основные модели PR-деятельности (концепция Дж.Грюнига, Т.Ханта). Определение каналов выхода на различные целевые аудитории в социальной работе: выявление ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитория. Создание и ведение базы данных по целевым аудиториям как основы взаимодействия с ними. Следование информационной стратегии и принципам корпоративной идентичности организации (предприятия). Обеспечение обратной связи с целевыми аудиториями. Основные формы работы с журналистами. Менеджмент новостей

и информационное управление репутацией (имиджем) организации социальной сферы. Технология создания информационного повода в социальной сфере. Актуальность информации. Шкала информационной ценности. Информация и составляющие репутации. Особенности организации и сферы применения дискуссионных форм и специальных событий. Технология продуктивной дискуссии. Внутренние коммуникации: печатные корпоративные коммуникации; аудиовизуальные корпоративные коммуникации, Интернет. Миссия организации социальной сферы, конструирование имиджа, корпоративная философия и анализ PR-деятельности. Репутационный менеджмент в социальной работе. GR (Government Relations) или отношения с властными структурами. Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских организациях.

Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации.

Тема 6. PR-технологии в привлечении инвестиций

Технология построения репутации социально ответственного бизнеса. Благотворительность, меценатство, филантропия, спонсорство, патронаж. Специфика привлечения средств. Привлечение внимания к организациям средствами PR. Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью. Фандрайзинг и спонсоринг как основной набор технологий PR в социальной сфере. Профессионально-этические стандарты фандрайзинга. Организация и проведение фандрайзинговых кампаний. Составление

спонсорского пакета. Выбор вида спонсорства. Подготовка письма-заявки. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты, составление заявок. Составление заявки на грант. Подготовка отчета по гранту.

Тема 7. Планирование PR-деятельности.

Планирование PR-деятельности. Система RACE, используемая в реализации PR-проектов. Движение информации в универсальной коммуникационной цепи: передатчик информации – приемник информации – обратная связь. Медиакарта. Медиадосье. Медиа-планирование. PR-программа предприятия социальной сферы. Критерии оценки эффективности PR-программы и PR-деятельности в социальной работе.

Тема 8. Технология работы с информацией.

Производство и позиционирование новостей для СМИ. Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ: пресс-конференций, брифингов, пресс-туров, приемов, презентаций и др. Подготовка пресс- пакетов (пресс-китов). Рассылка информации. Публичное выступление первого руководителя (спичрайтинг). Технологии усиления информационного повода. Подготовка ньюсмейкеров. Спиндокторинг. Разрешение конфликтных ситуаций с представителями СМИ. Виды PR-текстов: бэкграундер, факт-лист, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, кей-стори, ньюслеттер, пресс-ревью, эдвиториа

Тема 9. Социальная реклама как технология влияния в социальной сфере.

Цели, задача и специфика социальной рекламы. Рекламные методы формирования имиджа организаций социальной сферы. Социально-психологические особенности производства социальной рекламы. Использование различных видов рекламы в ходе проведения социальных рекламных кампаний: печатная, наружная телевизионная, радио- и Интернет-рекламы. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в социальной сфере. Разработка креативных концепций социальной рекламы, тиражирование и размещение плакатов социальной рекламы. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в социальной сфере. Основные критерии качества и действенности социального рекламного проекта. Критерии эффективности рекламной деятельности в социальной сфере.

Тема 10. PR-сопровождение социальных проектов.

Социальные проекты и программы Классификация проектов. Информационная система общества и её основные элементы. Информационное обеспечение. Проблема привлечения социологических методов на разных этапах реализации социального проекта. Сбор и анализ статистической информации. «Удовлетворенность» и «тревожность» как критерии качества результатов социального проекта. Организационное обеспечение социальных проектов Выявление потребностей целевых аудиторий. Определение приоритетов компании в области социальной политики. Разработка (корректировка) медиаплана. Формирование базы журналистов и других референтных лиц. Рейтинг пресс-материалов. Разработка сценариев социальных акций, подбор экспертов. Оценка эффективности проекта (разработка показателей эффективности, их мониторинг и анализ). Организация социально значимых акций с участием СМИ. Проведение информационных мероприятий для СМИ. Организация информационных кампаний в социальных сетях. Организация и проведение пресс-конференций.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1.1 В ходе реализации дисциплины «Социологические методы в PR» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема занятия		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	История связей с Общественностью и основные профессиональные термины.	Слушание докладов по истории связей с общественностью. Устный опрос, демонстрирующий понимание содержания истории связей с общественностью и сущности профессиональных терминов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 2.	Правовые и этические аспекты PR-деятельности.	Слушание докладов по правовым и этическим аспектам PR-деятельности. Устный опрос о правовых и этических аспектах PR-деятельности. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 3.	Общественное мнение.	Устный опрос, демонстрирующий понимание феномена общественного мнения. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 4.	Проблемы манипулирования в PR и механизмы защиты.	Устный опрос о проблемах манипулирования в PR и механизмах защиты. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 5.	Технологии PR-деятельности в социальной работе.	Устный опрос о сущности и содержании технологии PR-деятельности в социальной работе; защита проектов, демонстрирующих понимание технологии PR-деятельности в контексте социальной работы и компонентов социальной работы и направленных на изучение опыта использования технологий в практической деятельности.
Тема 6.	PR-технологии в привлечении инвестиций	Устный опрос о сущности PR-технологии в привлечении инвестиций Слушание докладов. Практическое задание в форме кейсов на решение задач по привлечению инвестиций с помощью PR-технологий
Тема 7.	Планирование PR-деятельности.	Практическое задание: планирование PR-деятельности. Устный опрос. Слушание докладов.
Тема 8.	Технология работы с Информацией.	Устный опрос о сущности технология работы с информацией. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 9.	Социальная реклама как технология влияния в социальной	Устный опрос о сущности социальной рекламы как технологии влияния в социальной

	сфере.	сфере. Лабораторная работа: анализ кейсов социальной рекламы. Проект создания социальной рекламы в социальных сетях.
Тема 10.	PR-сопровождение социальных проектов	Лабораторная работа: анализ PR-сопровождения действующих социальных проектов. Слушание докладов.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

Проект выполняется группой в количестве 4-5 обучающихся и имеет групповое авторство. При этом учитывается индивидуальный вклад каждого обучающегося в общее дело.

Основные этапы проектной работы в группах отражены в Таблице 8.

Таблица 8

Этап, №	Наименование этапа	Общий порядок выполнения этапа
Этап 1	Обоснование актуальности, формулирование целей и показателей проекта.	<ul style="list-style-type: none"> • Определяются формальные основания для инициации проекта; • определяются проблемы и выявляются противоречия в сложившейся проблемной ситуации. Обосновывается актуальность проектного предложения; • определяются цели и показатели проектного решения;
Этап 2	Формирование задач проекта и описание ожидаемых результатов, как продуктов решения задач	<ul style="list-style-type: none"> • формулируется проектная идея и переводится в формат задач проекта; • раскрываются базовые подходы к решению каждой задачи через способы, этапы и формы достижения целей; • на основе принятых механизмов реализации способов, этапов и форм достижения целей формулируются ожидаемые результаты проекта; • определяются ограничения и допущения проекта; • формируются первые разделы пояснительной записки; • создаётся презентация.
	Предзащита 1 и 2 этапов разработки проекта в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • насколько результаты обеспечивают возможности достижения принятых целевых показателей проекта? • насколько корректно сформулированы задачи управленческого проекта? • отражает ли последовательность способов, этапов и другого инструментария решения задач логику достижения цели проекта? • насколько механизмы реализации проектного решения в каждой задаче влияют на изменение результатов и целевых показателей проекта? • насколько обоснованы принятые ограничения и допущения проектного решения. • согласованы ли между собой положения первого и второго этапов? • качество исполнения слайдов презентации.

Этап 3	Разработка модели функционирования результатов проекта, обоснование выгод для заинтересованных сторон, рисков и бюджета проекта.	<ul style="list-style-type: none"> ● Разрабатывается модель функционирования результатов проекта после передачи их в эксплуатацию (после завершения проекта); ● составляется реестр заинтересованных сторон с обоснованием выгод каждой стороны от реализации проекта; ● формируется реестр рисков и возможностей проекта для минимизации последствий вредного воздействия на проект и максимизации пользы проектного решения; ● оценивается стоимость проекта и разрабатывается его бюджет; ● заполняются новые слайды презентации. <p>Формируются все разделы пояснительной записки.</p>
	Предзащита 3 этапа в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● насколько полно представлена модель функционирования результатов проекта после его завершения? ● насколько аргументированы ожидания каждой заинтересованной стороны от реализации проекта? ● насколько корректно и качественно сформулированы риски проекта? ● насколько действенны мероприятия по предупреждению рисков и реализации возможностей проектного решения? ● насколько качественно определена стоимость и бюджет проекта. ● согласованность всех разделов проекта. ● качество исполнения слайдов презентации.
Этап 4	Доработка визуального представления проекта (презентации) и пояснительной записки в единой логике.	<ul style="list-style-type: none"> ● Проверка общей логики проекта и его практической реализуемости. ● Проверка эффективности его визуального представления. Доработка пояснительной записки.

	Предзащита всего проекта в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>На предзащиту выносятся презентация, пояснительная записка к проекту в формате паспорта проекта объемом от 15 до 30 стр.</p> <p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • насколько все шаги разработки предложений по проекту согласованы между собой? • насколько логично и полно представлен проект? • насколько убедительна аргументация основных положений проекта? • качество исполнения слайдов презентации; • качество пояснительной записки по полноте раскрытия содержания, ясности изложения ключевых положений, строгости логики и правильности оформления.
Этап 5	Устранение замечаний	По результатам предзащиты проводится устранение замечаний, доработка представления слайдов. Производится доработка пояснительной записки.
	Защита проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Защита проекта осуществляется в установленном порядке на последнем практическом занятии. • Время на доклад по основным положениям проектного предложения не более 7 минут. • Время на вопросы и ответы на них 10-15 минут. В ответах на вопросы принимают участие все разработчики защищаемого проектного решения.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;
- выступление с докладами;
- участие в обсуждении докладов;
- выполнение теста;
- защита проекта
- выполнения практического задания

Критерии оценивания опроса:

- содержание и формулировки ответов на вопросы;
- обоснованность и аргументированность ответов;
- полнота и адекватность ответов;
- использование и представление статистических данных (при необходимости).

Критерии оценивания тестирования:

- правильность ответов на вопросы теста.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Критерии оценивания участия в обсуждении докладов:

- умение формулировать вопрос по теме доклада;
- наличие дополнений к докладу;
- наличие собственной обоснованной позиции.

Темы докладов и выступлений могут быть инициированы магистрантами. Особо приветствуются доклады, связанные с тематикой научного исследования магистранта. Доклады могут быть заменены авторскими статьями.

Критерии оценивания защиты проекта:

- актуальность проекта обоснована (описана на основе анализа ситуации, выявлены проблемы, противоречия, которые решаются в проекте, определены формальные основания для инициации проекта);
- цель проекта, его результаты и показатели определены, согласованы между собой и с актуальностью;
- разработано уникальное предложение (проектная идея) по решению обозначенной проблемы, развитию процессов, систем (новизна);
- определены риски и способы реагирования на них;
- бюджет проекта обоснован, определены источники финансирования проекта;
- описана модель функционирования результатов проекта.

Оценка знаний, умений, навыков – вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, по результатам прохождения тестирования, защиты реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждаются на заседании кафедры.

Типовые оценочные материалы по теме 1

Примеры вопросов для устного опроса

Назовите социальные, экономические и политические причины возникновения связей с общественностью.

Назовите основные профессиональные термины и понятия связей с общественностью и дайте определение.

Опишите классификацию информационных услуг.

Назовите национальные и международные PR – ассоциации.

Примеры тем докладов

- История происхождения PR в США.
- История происхождения PR в Европе.
- История происхождения PR в России: от Древней Руси до наших дней.
- Особенности продвижения демократических ценностей посредством Связей с общественностью.
- Э. Бернейс как родоначальник современной модели связей с общественностью.

Примеры тестовых заданий

Систематизированные комплексы PR-деятельности, имеющие определенную конечную цель, которая должна быть достигнута в течение определенного промежутка времени и связана с решением определенной проблемы, называются

- a) PR-кампанией;
- b) PR-программой;
- c) PR-акцией.

PR-кампания — это...

- a) активная работа с целевой аудиторией;
- b) комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа компании;
- c) исследование рынка с целью определения наилучших ниш
- d) для внедрения бизнеса;
- e) поддержание взаимодействия со средствами массовой
- f) информации.

Считается, что термин связи с общественностью, происходящий от американского «public relations», впервые использовал

- a) А. Томас Джефферсон в 1807 г.
- b) Б. Айви Ли 1919 г.
- c) В. Эдвард Бернейз в 1923 г.
- d) Г. РАСО в 1991 г.

Типовые оценочные материалы по теме 2

Примеры вопросов для устного опроса

Законы РФ «О средствах массовой информации», «О рекламе», «Об авторском праве и смежных правах», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в PR-практике.

Назовите виды кодексов профессионального поведения специалистов связей с общественностью.

Охарактеризуйте российские рекламные кодексы.

Охарактеризуйте международные рекламные кодексы.

Примеры тем докладов

1. Правовое обеспечение связей с общественностью.
2. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.
3. Профессиональная этика: Афинский и Лиссабонский кодексы
4. Профессиональная этика: кодекс профессиональных стандартов PRSA,
5. Профессиональная этика: декларация профессиональных стандартов PАСО.
6. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.

Примеры тестовых заданий

1. Правовые нормы, регламентирующие работу журналистов и СМИ, не содержатся в нижеследующем кодексе:
 - 1) Уголовный кодекс
 - 2) Кодекс PАСО
 - 3) Гражданский кодекс
 - 4) Административный кодекс
2. Основопологающим принципом правового регулирования отношений в информационной сфере является:
 - 1) принцип производства информации
 - 2) принцип этичности информации
 - 3) принцип автономности информации
 - 4) принцип свободы информации.

Типовые оценочные материалы по теме 3

Примеры вопросов для устного вопроса.

Дайте характеристику общественного мнения.

Определите место общественного мнения в структуре общественного сознания.

Назовите элементы коммуникационного процесса.

Назовите коммуникационные барьеры.

Этапы формирования общественного мнения.

Опишите характер взаимодействия стереотипа и установки

Что такое слух? Расскажите об отличительных особенностях этого явления.

Какие предпосылки необходимы для возникновения слуха? Как объясняет появление слухов системно-экологическая модель?

Дайте характеристику установке массового сознания.

Дайте характеристику стереотипу массового сознания.

Назовите основные методы изучения общественного мнения.

Примеры тем докладов

Концепция «Окно Овертона».

Концепция «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.

Технология сегментирования общественного мнения.

Технология позиционирования при формировании общественного мнения.

Теория установки С. Узнадзе.

Механизмы моды: возможности применения в социальной сфере.

Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения.

Примеры тестовых заданий

Общественное мнение – это...

а совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях б. сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу

в. результаты проведенного анкетирования или опроса

Объектом общественного мнения может являться только то событие, явление, процесс, которые отвечают критериям:

а. Истинность, актуальность, массовость

б. Значимость, однозначность, открытость

в. Интерес, дискуссионность, информационная доступность

Примеры тем для практических заданий.

Проанализируйте функции общественного мнения в его взаимосвязи с различными социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными, коммуникативными, институтами науки и др.).

Каким образом может использоваться общественное мнение как социальная технология в управлении социальными процессами? Приведите конкретные примеры.

Проанализируйте взаимосвязь общественного мнения с основными институтами и средствами массовой информации и коммуникации.

Приведите примеры проявления концепции спирали молчания Ноэль-Нойман.

Приведите примеры действия «Окна Овертона».

В PR-тексте выделите используемые стереотипы.

Типовые оценочные материалы по теме 4

Примеры вопросов для устного опроса.

Дайте определение термину «манипулирование массовым сознанием».

Назовите критерии манипулирования как явления.

Выделите индикаторы манипуляции общественным мнением.

Дайте определение понятию психологическая защита.

Примеры тем для доклада.

Открытие защитных действий по З. Фрейду.

Интернет как средство манипуляции.

Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании.

Процессы мифологизации.

НЛП.

Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).

Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования массовым сознанием.

Примеры тестовых заданий.

Первые приемы манипулирования появились:

а В античности б. В

XVIII веке в. В XIX

веке

г. В первобытном обществе.

Что означает термин «скрытое воздействие»?

а Человек не знает о манипуляторе

- б Подсознательное воздействие
- в Воздействие в определённых условиях

Типовые оценочные материалы по теме 5

Примеры вопросов для устного опроса.

Назовите основные модели PR-деятельности (концепция Дж.Грюнига, Т.Ханта).

Что такое целевая аудитория?

Какие коммуникационные каналы можно использовать при работе с целевыми аудиториями в социальной работе.

Какими средствами можно обеспечить обратную связь с целевыми аудиториями.

Назовите и охарактеризуйте основные формы работы с журналистами.

Назовите приемы создания информационного повода в социальной сфере.

Опишите внешние функции PR в социальной работе. Опишите внутренние функции PR в социальной работе.

Примеры тем докладов

Менеджмент новостей и информационное управление репутацией (имиджем) организации социальной сферы.

Корпоративный имидж.

Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских организациях.

GR (Government Relations) или отношения с властными структурами.

Миссия организации социальной сферы,

Конструирование имиджа в социальной сфере.

Корпоративная философия и анализ PR-деятельности в социальной сфере.

Примеры тем для проектов.

Разработать миссию и корпоративную философию организации социальной сферы.

Разработать программу GR организации социальной сферы.

Типовые оценочные материалы по теме 6

Примеры вопросов для устного опроса.

Дайте определение термину «благотворительность».

Дайте определение термину «меценатство».

Дайте определение термину «филантропия».

Дайте определение термину «спонсорство».

Дайте определение термину «патронаж».

Назовите факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров.

Выделите основные этапы организации и проведения фандрайзинговой кампании.

Назовите основные возможные компоненты спонсорского пакета.

Примеры тем докладов

Технология построения репутации социально ответственного бизнеса.

Фандрайзинг и спонсоринг как основной набор технологий PR в социальной сфере.

Профессионально-этические стандарты фандрайзинга.

Примеры практических заданий

Проведите обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью.

Подготовьте письмо, письмо-заявку (на грант, предложение для спонсора и т.д.) .

Типовые оценочные материалы по теме 7

Примеры вопросов для устного опроса.

Выделите основные этапы планирования PR-кампании.

Опишите движение информации в универсальной коммуникационной цепи.

Что такое медиакарта?

Что такое медиадосье?

Назовите основные этапы медиа-планирования.

Примеры тем докладов

Система RACE, используемая в реализации PR-проектов.

Критерии оценки эффективности PR-программы и PR-деятельности в социальной работе.

Примеры практических заданий

Составить медиакарту на заданную тему.

Составить медиадосье на заданную тему. Пресс-релиз: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления

1. Жанровые характеристики пресс-релиза.
2. Принципы составления и оформления пресс-релизов.
3. Основные разновидности пресс-релизов: пресс-релиз-анонс, новостной пресс-релиз, пресс-релиз-объявление, пост-релиз и др.

Проанализировать 2-3 пресс-релиза на одном из Интернет-ресурсов предприятий/организаций социальной сферы Санкт-Петербурга (по выбору).

Написать пресс-релиз в связи с каким-либо событием в Санкт-Петербурге.

Типовые оценочные материалы по теме 8

Примеры вопросов для устного опроса.

Назовите основные специальные мероприятия для СМИ.

Дайте определение термину «пресс-конференция»

Дайте определение термину «брифинг»

Дайте определение термину пресс-тур

Что такое пресс-пакет?

Назовите виды PR-текстов.

Примеры тем для доклада

Производство и позиционирование новостей для СМИ.

Технологии усиления информационного повода.

Спиндокторинг.

Примеры тестовых вопросов

Как называется встреча представителей компании со СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам:

- а) интервью;
- б) пресс-конференция;
- в) презентация;
- г) брифинг.

Пресс-релиз — это

- а) аналитический отчет по материалам, опубликованным в прессе;
- б) информационное сообщение для публикации в прессе;
- в) список представителей прессы, приглашенных на пресс-конференцию.

Пресс-тур — это...

- а) туристическая поездка, организуемая турагентством для журналистов на бесплатной основе с целью продвижения агентства;
- б) туристическая поездка, в которой (наряду с простыми клиентами) принимают участие известные журналисты (в том числе телезвезды);
- в) поездка в какое-либо место группы журналистов,

организуемая для того, чтобы сделать это место более привлекательным для туристов;

г) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы получить в СМИ отклики журналистов.

Типовые оценочные материалы по теме 9.

Примеры вопросов для устного опроса.

Назовите цели, задачи социальной рекламы.

В чем заключается специфика социальной рекламы?

Назовите основные виды рекламы.

Назовите основные коммуникационные каналы и их специфические особенности.

Какова область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в социальной сфере.

Охарактеризуйте основные критерии качества и действенности социального рекламного проекта.

Примерные темы для докладов

Рекламные методы формирования имиджа организаций социальной сферы.

Социально-психологические особенности производства социальной рекламы.

Критерии эффективности рекламной деятельности в социальной сфере.

Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в социальной сфере.

Пример темы для проекта.

Разработка социальной рекламы на выбранную тему.

Типовые оценочные материалы по теме 10.

Примерные темы для докладов.

«Удовлетворенность» и «тревожность» как критерии качества результатов социального проекта.

Рейтинг пресс-материалов.

Разработка сценариев социальных акций, подбор экспертов.

Организация социально значимых акций с участием СМИ.

Организация информационных кампаний в социальных сетях.

Лабораторная работа

Пресс-клиппинг материалов по теме курса

Пресс-клиппинг — сбор материалов СМИ и интернет-ресурсов, в которых упоминается определенная организация или освещается определенная проблема.

Пресс-клиппинг позволяет корректировать PR-стратегию, дает представление об эффективности осуществленных мероприятий, является важным инструментом исследований. Материалы пресс-клиппинга могут быть использованы в рекламных целях. Размещение цитат СМИ в различных буклетах или на сайте может существенно увеличить рекламный эффект. Проведите пресс-клиппинг материалов СМИ и интернет-ресурсов по теме курса. По результатам пресс-клиппинга проведите контент-анализ публикаций и подготовьте аналитическую записку на одну из следующих тем:

1. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества в Санкт-Петербурге».
2. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: международный опыт».
3. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: ретроспективный мониторинг СМИ» (пресс-клиппинг за любой период по выбору обучающегося).

5.Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и защиты проекта.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
3. Тестирование в СДО с прокторингом.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 6

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-1.3.	Проводит социологические измерения различных сфер жизни общества, работает с первичными и вторичными базами данных	Студент: владеет знаниями в области социологии труда и занятости; способен выполнить анализ территориального и структурно-отраслевого развития рынка труда. Студент знает методы социологических исследований в PR; способен использовать при сборе социологических данных методы медиа-измерений

5.3. Показатели и критерии оценивания текущих и промежуточных форм контроля

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	Ответ на вопрос: полный, развернутый, обоснованный ответ – 2 балла Правильный, но не аргументированный ответ – 1 балла Неверный ответ – 0 баллов.
Практические задания	1) правильность решения; 2) корректность выводов 3) обоснованность решений	Баллы начисляются от 1 до 10 в зависимости от соответствия критериям/показателям оценки
Доклад	1) Правильность расчетов. 2) Логичность, обоснованность выводов и авторских рекомендаций	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 1 балл, максимум 2 балла за доклад.
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 2 баллов; 76 - 90% – 4 баллов; 91 - 100% – 6 баллов.
Лабораторная	1) Правильность расчетов.	Каждый критерий оценки

работа	2) Логичность, обоснованность выводов и авторских рекомендаций	лабораторной работы оценивается в 5 балл, максимум 10 баллов за работу.
Проект	Защита проекта: полнота аргументации.	10 баллов
Зачет	В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 40 баллов. Зачет проводится по билетам. Билет содержит 2 вопроса по 20 баллов.	1-5 баллов за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций и обязательной литературы, 6-15 баллов – в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, 15-20 баллов – в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, с элементами самостоятельного анализа.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Примерные вопросы к зачету:

При ответе на указанные вопросы:

необходимо изложить теоретические основы по данной теме (дать ключевые определения, назвать основоположников, основные первоисточники в литературе, проследить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии), продемонстрировать знание специальной литературы по данной теме; раскрыть сущности проблемы; рассмотреть различные точки зрения по вопросу; выделить проблемные области; сформулировать собственную точку зрения; аргументировать свой ответ и привести примеры, пользуясь литературным языком, с использованием современных научных терминов.

1. Истории возникновения системного PR.
2. Правовые и этические аспекты PR-деятельности.
3. Общественное мнение как «социальная власть».
4. Коммуникационные модели.
5. Коммуникационные барьеры.
6. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения.
7. Средства формирования общественного мнения: пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение.
8. Этапы формирования общественного мнения.
9. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения.
10. Основные методы изучения общественного мнения.
11. Технологии использования общественного мнения в социальной работе.
12. Проблемы манипулирования общественным мнением
13. Психологическая защита от манипуляций и проблемы общественного развития.
14. Процесс влияния PR-технологий на общественное мнение.
15. Внешние функции PR, внутренние функции PR в социальной работе.
16. Основные модели PR-деятельности.
17. Сегментирование целевых аудиторий в социальной работе
18. Менеджмент новостей и информационное управление репутацией (имиджем) организации социальной сферы.
19. Технология создания информационного повода в социальной сфере.

20. Миссия организации социальной сферы, конструирование имиджа, корпоративная философия и анализ PR-деятельности.
21. Репутационный менеджмент в социальной работе.
22. GR (Government Relations) или отношения с властными структурами.
23. Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских организациях.
24. Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации.
25. PR-технологии в привлечении инвестиций
26. Планирование PR-деятельности.
27. PR-программа предприятия социальной сферы.
28. Критерии оценки эффективности PR-программы и PR-деятельности в социальной работе.
29. Производство и позиционирование новостей для СМИ.
30. Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ.
31. Виды PR-текстов.
32. Социально-психологические особенности производства социальной рекламы.
33. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в социальной сфере.
34. Критерии эффективности рекламной деятельности в социальной сфере.
35. PR-сопровождение социальных проектов в социальной работе.

Пример темы для проекта

Разработайте программу PR-сопровождения социального проекта.

Проект выполняется группой в количестве 4-5 обучающихся и имеет групповое авторство. При этом учитывается индивидуальный вклад каждого обучающегося в общее дело.

Примеры контрольных заданий для промежуточной аттестации.

1. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения.
2. Проблема монизма и плюрализма общественного мнения, «большинства» и «меньшинства», количества и качества, единодушия расхождения мнений.
3. Механизмы моды: возможности применения в социальной сфере.
4. Интернет как средство манипуляции.
5. Процесс медиапотребления, особенности
6. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).
7. Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.
8. Репутационный менеджмент в социальной работе.
9. GR (Government Relations) или отношения с властными структурами.
10. Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских организациях.
11. Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения

студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/«не зачтено»:

51 - 100 баллов	«зачтено»
0 - 50 баллов	«не зачтено»

Схема расчета рейтинговых баллов

Таблица 10

Недели	Виды учебных занятий (лекции/семинары)	Доклад	Устный опрос	Практическое задание	Тест	Проект	Лабораторная работа	Зачет	Итого (максимально-расчетное количество баллов)
1	Лекция 1 (Тема 1)								
2	Семинар 1 (Тема 1)	2	2		4				
3	Лекция 2(Тема 3)								
4	Семинар 2 (Тема 2)	2	2		4				
5	Лекция 3(Тема 5)								
6	Семинар 3 (Тема 4)	2	2		4				
7	Лекция 4 (Тема 10)								
8	Семинар 4 (Тема 6)	2	2	10					
9	Семинар 5 (Тема 9)		2			10	10		
									Σ 60 за 9 недель
Зачет								40	
Всего за семестр (баллов)		8	10	10	12	10	10	40	100

Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. В аудитории на экзамене одновременно находится не более 5 человек. На подготовку дается 20 минут. Каждый студент занимает отдельную парту (стол), на которой не допускается присутствие посторонних предметов, кроме ручки (карандаша). Каждый студент получает билет с 2-мя вопросами. Использование любых внешних источников информации (книг, конспектов, мобильных телефонов, компьютеров, других студентов и т.д.) строго запрещается.

При проведении промежуточной аттестации в СДО

Промежуточная аттестация проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса и расписанием, утвержденными в соответствии с установленным в СЗИУ порядком.

Чтобы пройти промежуточную аттестацию с прокторингом, студенту нужно:

- за 15 минут до начала промежуточной аттестации включить компьютер, чтобы зарегистрироваться в системе,
 - проверить оборудование и убедиться, что связь с удаленным портом установлена.
 - включить видеотрансляцию и разрешить системе вести запись с экрана
 - пройти верификацию личности, показав документы на веб-камеру (паспорт и зачетную книжку студента), при этом должно быть достаточное освещение.
 - при необходимости показать рабочий стол и комнату.
- После регистрации всех присутствующих проктор открывает проведение промежуточной аттестации. Во время промежуточной аттестации можно пользоваться рукописными конспектами с лекциями.

При этом запрещено:

- ходить по вкладкам в браузере
- сидеть в наушниках
- пользоваться подсказками 3-х лиц и шпаргалками
- звонить по телефону и уходить без предупреждения

При любом нарушении проверяющий пишет замечание. А если грубых нарушений было несколько или студент не реагирует на предупреждения — проктор может прервать промежуточную аттестацию досрочно или прекратить проведение аттестации для нарушителя.

Продолжительность промежуточной аттестации для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Аттестация не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа.

На выполнение заданий отводится максимально 30 минут. Отлучаться в процессе выполнения заданий можно не более, чем на 2-3 минуты, заранее предупредив проктора.

В случае невыхода студента на связь в течение более чем 15 минут с начала проведения контрольного мероприятия он считается неявившимся, за исключением случаев, признанных руководителем структурного подразделения уважительными (в данном случае студенту предоставляется право пройти испытание в другой день в рамках срока, установленного преподавателем до окончания текущей промежуточной аттестации). Студент должен представить в структурное подразделение документ, подтверждающий уважительную причину невыхода его на связь в день проведения испытания по расписанию (болезнь, стихийное бедствие, отсутствие электричества и иные случаи, признанные руководителем структурного подразделения уважительными).

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи (основного и альтернативного) на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя, либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право отменить проведение испытания, о чем преподавателем составляется акт. Данное обстоятельство считается уважительной причиной несвоевременной сдачи контрольных мероприятий. Студентам предоставляется возможность пройти испытания в другой день до окончания текущей промежуточной аттестации. О дате и времени проведения мероприятия, сообщается отдельно через СЭО Института.

При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме устного или письменного ответа

На подготовку студентам выделяется время в соответствии с объявленным в начале промежуточной аттестации регламентом. Во время подготовки все студенты должны находиться в поле включенных камер их ноутбуков, компьютеров или смартфонов. Для

визуального контроля за ходом подготовки допустимо привлекать других преподавателей кафедры, работников деканата или проводить промежуточную аттестацию по подгруппам, численностью не более 9 человек.

По окончании времени, отведенного на подготовку:

- в случае проведения промежуточной аттестации в устной форме студенты начинают отвечать с соблюдением установленной преподавателем очередности и отвечают на дополнительные вопросы; оценка объявляется по завершении ответов на дополнительные вопросы;
- в случае проведения промежуточной аттестации в письменной форме письменная работа набирается студентами на компьютере в текстовом редакторе или записывается от руки; по завершении студенты сохраняют работу в электронном формате, указывая в наименовании файла свою фамилию; файл размещается в Moodle или в чате видеоконференции;

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – оценка сообщается экзаменуемому по завершению ответа.

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – в течение 24 часов преподаватель проверяет работы, выставляет оценки и доводит информацию до студентов.

При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме тестирования

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать либо один либо несколько верных ответов, соответствующих представленному заданию.

На выполнение теста отводится не более 30 минут. После выполнения теста происходит автоматическая оценка выполнения. Результат отображается в личном кабинете обучающегося.

6. Методические материалы по освоению дисциплины.

Изучение дисциплины осуществляется с использованием основных форм учебных занятий: лекций, семинаров, разбора практических заданий, самостоятельной работы.

Лекция является ведущей формой учебных занятий. Она отличается монологичностью, в ней активная роль принадлежит преподавателю, задача которого сводится к тому, чтобы в отведенное время раскрыть содержание учебных вопросов или дать схему ответа на узловые проблемы темы лекции.

Работа студента на лекции предполагает, в первую очередь, не столько умение записывать все то, о чем говорит преподаватель, а способность обобщать сказанное в краткие тезисы, выделять главное, отыскивать логические и смысловые связи в учебном материале, отмечать непонятные места с тем, чтобы позднее задать вопросы лектору или обсудить проблемы в ходе семинарского занятия. Умение эффективно и плодотворно работать на лекции является признаком высокой учебной культуры студента и во многом определяет успешное освоение учебного курса в целом.

Лекция, несмотря на ее важность, еще не решает задач, которые ставятся в процессе обучения. Эти цели достигаются в ходе групповых занятий, основным видом которых при изучении предмета является семинар.

Методические указания по подготовке к опросу.

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Методические рекомендации по выполнению кейсов:

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся анализировать практическую ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) свое решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

Порядок подготовки доклада, презентации, рецензии, видеосюжета.

Доклад — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

4.

Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос), заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

5.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата согласно правилам последнего российского ГОСТа.

6.

Технические требования при написания доклада: формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм x 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается

7. шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.
- Общие требования к оформлению презентации: формат – ppt (pptx). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора. Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно было перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последним слайдом презентации должен быть список литературы.

Общие требования к созданию рецензии. Объем составляет 1-2 печатных листа. Размер шрифта должен быть в пределах 12-14 пунктов, с полуторным междустрочным интервалом. Рецензия предполагает толкование мыслей автора, собственные дополнения к авторской мысли, выражение отношения к постановке проблемы, аргументированную оценку. Форма написания рецензии – произвольная.

Общие требования к оформлению видеосюжета. Создание видеосюжета по любой из изучаемых тем является творческой деятельностью студента. Созданный сюжет должен быть композиционно завершенным, качественно оформленным, иметь заставку или заключительные титры с указанием ФИО студента и его номера группы. Программа для видеомонтажа – любая из возможных для студента. Дизайн видеосюжета разрабатывается студентом с учетом его творческого подхода к заданию, по необходимости согласовывается с преподавателем. Предпочтительные форматы: AVI, MPEG-4.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

Основная литература

1. Бердников, Игорь Павлович. PR-коммуникации [Электронный ресурс] : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 208 с. <http://www.iprbookshop.ru/57028.html>
2. Вылегжанин, Дмитрий Александрович. Теория и практика PR [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. А. Вылегжанин. - 3-е изд., стер. - Электрон. дан. - М. : Флинта, 2014. - 371 с. <https://e.lanbook.com/reader/book/51789>

7.2. Дополнительная литература

1. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / [Л. В. Сморгун и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой ; Акад. нар. хоз- ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т. - М. : РОССПЭН, 2012. - 407 с.
2. Голуб, Ольга Юрьевна. Социальная реклама : учеб. пособие / О. Ю. Голуб. - М. : Дашков и К, 2011. - 177 с.
3. Зельманов, Альберт Бенцианович. Связи с общественностью в социальной сфере : учеб. пособие / А.Б. Зельманов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.- Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2008. - 127 с.

4. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс] : От репортажа в СМИ к реальным переменам / [Румин Ислам и др.] ; под ред. Румин Ислам ; пер. с англ. [Т. Гутман]. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 292 с.
5. Назайкин, Александр Николаевич. Медиарилейшнз на 100% [Электронный ресурс] : искусство взаимодействия с прессой / Александр Назайкин. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 411 с.
6. Панарин, Игорь Николаевич. Информационная война, PR и мировая политика : [учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 350400 - "Связи с общественностью"] / И. Н. Панарин. - 2-е изд., стер. - М. : Горячая линия - Телеком, 2014. - 352 с.
7. Резепов, Ильдар Шамильевич. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 223 с.
8. Федотова, Лариса Николаевна. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС] / Л. Н. Федотова. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2012. - 422 с.
9. Филатова, Ольга Георгиевна. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Г. Филатова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. нац. исслед. ун-т систем информ. технологий, механики и оптики. - Электрон. дан. - СПб. : НИУ ИТМО, 2013. - 134 с.
10. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: профессиональные компетенции : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Электрон. дан. - М. : Издат. дом "Дело" РАНХиГС, 2016. - 520 с.
11. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) "О средствах массовой информации"
3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
4. Федеральный закон "Об общественных объединениях" от 19.05.1995 N 82-ФЗ (последняя редакция)

7.4. Интернет-ресурсы

Для самостоятельного изучения дисциплины необходимо воспользоваться сайтом Научной библиотеки СЗИУ <https://sziu-lib.ranepa.ru/>.

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

Электронная библиотечная система iBooks.ru. Учебники и учебные пособия для университетов России. <https://ibooks.ru/>

Электронная библиотечная система «Лань». Коллекции книг ведущих издательств учебной и научной литературы, а также издания российских вузов по основным отраслям знаний. <https://e.lanbook.com>

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» - более 10 000 учебников, учебных пособий, монографий и научных изданий по всем отраслям знаний. <https://iprbooks.ru>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт» - полные тексты учебников по праву, экономике, общественным наукам, иностранным языкам. <https://urait.ru>

3. Электронная библиотечная система «Znanium» - полные тексты учебников по юриспруденции, экономике, естественным и общественным наукам. Ядро фонда – литература холдинга ИНФРА-М. <https://znanium.com>

4. Электронная библиотечная система «Book.ru» - полные тексты учебников по юриспруденции, психологии, педагогике, экономике, информационным технологиям, естественным и общественным наукам. <https://www.book.ru>

- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- РИНЦ – Российский индекс научного цитирования. Крупнейшая база данных российской периодики с наукометрическими инструментами и базой для анализа научной деятельности.

Англоязычные ресурсы:

- *EBSCO Publishing* – мультидисциплинарные полнотекстовые базы данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.
- *ProQuest Dissertation & Theses* - База данных мировых диссертаций и научных докладов в полнотекстовом виде.
- *ProQuest eBookCentral* – мультидисциплинарная база данных книг различных издательств
- *Oxford University Press* - коллекция журналов по политике, политологии, международным отношениям
- *Cambridge University Press* - коллекция журналов по социологии, политическим вопросам, международным отношениям
- *Sage Publications* - база рецензируемых полнотекстовых электронных журналов академического издательства Sage Publications, одного из ведущих академических независимых профессиональных издательств. Насчитывает более 820 экземпляров и свыше 600.000 статей, начиная с 1999 года и по настоящее время. Материалы представлены преимущественно на английском языке.
- *Springer Link* - полнотекстовые политематические базы академических журналов. Представлено более 3000 журналов издательства Springer 1997-2018 гг.
- *Wiley* - 1500 академических журналов разных профилей, изданных Wiley Periodicals в 2015–2019 гг.
- *OECD iLibrary* – библиотека Организации экономического сотрудничества и развития, содержащая статистические данные, рабочие документы, отчеты.

- *Web of Science* – мультидисциплинарная реферативно-библиографическая база научных журналов с инструментами научного анализа и подсчетом наукометрических показателей. Международный индекс цитирования
- *Scopus* – реферативная мультидисциплинарная база данных, международный индекс цитирования.
- *Academic Video online* – коллекция академического видеоконтента.

7.5. Иные источники

Иные источник не используются

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.