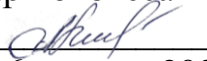


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кудинова Анна Васильевна  
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
Дата подписания: 18.02.2021 14:51:52  
Уникальный программный ключ:  
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ  
зав. кафедрой  
арт-бизнеса и рекламы  
 А.В. Кудинова  
26 августа 2021 г. Пр. №1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.О.19 Связи с общественностью**

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар  
2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

**Рецензенты:**

Доктор филологических наук,  
профессор кафедры электронных средств  
массовой информации и новых медиа  
факультета журналистики  
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент кафедры социально-  
культурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

**Составитель:** Л.В. Терещенко, кандидат культурологии, доцент кафедры  
арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на  
заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 26 августа 2021 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью»  
одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-  
методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 27 августа 2021 г., протокол №1.

## Содержание

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цели и задачи освоения дисциплины                                                                                                            | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО                                                                                                         | 4  |
| 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций | 4  |
| 4. Структура и содержание дисциплины                                                                                                            | 6  |
| 4.1. Структура дисциплины:                                                                                                                      | 6  |
| 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы                          | 7  |
| 5. Образовательные технологии                                                                                                                   | 17 |
| 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:                                                            | 18 |
| 6.1. Контроль освоения дисциплины                                                                                                               | 18 |
| 6.2. Оценочные средства                                                                                                                         | 22 |
| 7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)                                                                          | 24 |
| 7.1. Основная литература                                                                                                                        | 24 |
| 7.2. Дополнительная литература                                                                                                                  | 25 |
| 7.3. Периодические издания                                                                                                                      | 25 |
| 7.4. Интернет-ресурсы                                                                                                                           | 25 |
| 7.5. Методические указания и материалы по видам занятий                                                                                         | 25 |
| 7.6. Программное обеспечение                                                                                                                    | 29 |
| 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)                                                                                      | 29 |
| 9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)                                                                       | 30 |

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** изучения дисциплины: формирование у студентов систематизированных, теоретически и эмпирически обоснованных представлений о технологиях связей с общественностью. В ходе изучения дисциплины студенты осваивают функции, методы и основные организационные формы связей с общественностью.

### **Задачи:**

- овладеть понятийным аппаратом в рамках теории связей с общественностью; изучить основные принципы и средства связей с общественностью; понимать роль связей с общественностью в развитии современного общества и экономики; знать цели и особенности связей с общественностью в целом, а также их отдельных направлений деятельности при решении задач социальных и бизнес-организаций; приобрести практические навыки разработки проектов по связям с общественностью.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для ее изучения студентам необходимо успешное освоение знаний по истории, обществознанию в рамках общего среднего образования. Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе», «Брендинг и проектирование потребительской культуры» и др.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

| Наименование компетенций                                                     | Индикаторы сформированности компетенций                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                              | Знать                                                                                                                                                                                                    | Уметь                                                                                                                                                                              | владеть                                                                                                                                                                                                                                   |
| Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7) | <ul style="list-style-type: none"><li>• -средства и технологические особенности коммуникативных процессов в связях с общественностью в основных аспектах контекстов социального взаимодействия</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• применять методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• опытом использования методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки</li></ul> |

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 ч.).

#### *По очной форме обучения*

| № п/п        | Раздел дисциплины                                                         | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |    |    |     | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)<br><br>Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                           |         |                 | Л                                                                                      | ПЗ | К  | СРС |                                                                                                                 |
| 1.           | Методология связей с общественностью                                      | 2       | 1-17            | 36                                                                                     | 36 |    | 36  | Зачет                                                                                                           |
| 2.           | Технологии и организационные формы связей с общественностью в арт-бизнесе | 3       | 1-17            | 32                                                                                     | 32 | 18 | 26  | экзамен                                                                                                         |
| <b>ИТОГО</b> |                                                                           |         |                 | 68                                                                                     | 68 | 18 | 62  | <b>216/6</b>                                                                                                    |

#### *По заочной форме обучения:*

| № п/п        | Раздел дисциплины                                                          | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |    |    |     | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)<br><br>Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                                                                            |         | Л                                                                                      | ПЗ | К  | СРС |                                                                                                                 |
| 1.           | Методология связей с общественностью                                       | 1       | 6                                                                                      | 6  |    | 96  | Зачет                                                                                                           |
| 2.           | Технологии и организационные формы связей с общественностью в арт-бизнесе. | 2       | 6                                                                                      | 6  | 18 | 78  | Экзамен                                                                                                         |
| <b>ИТОГО</b> |                                                                            |         | 12                                                                                     | 12 | 18 | 174 | <b>216/6</b>                                                                                                    |

## 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

### *По очной форме обучения*

| Наименование разделов и тем                                              | Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Объем часов | Формируемые компетенции (по теме) |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------|
| 1                                                                        | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3           | 4                                 |
| <u>2</u> семестр                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |                                   |
| <b>Раздел 1. Методология связей с общественностью</b>                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |                                   |
| <b>Тема 1.1.</b><br><u>Введение в дисциплину</u>                         | <u>Лекции:</u> Объект, предмет, цели и задачи дисциплины. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью». Принципы и основные функции связей с общественностью. Сферы применения технологий по связям с общественностью. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 6           | <i>ОПК-7</i>                      |
|                                                                          | <u>Практические занятия (семинары):</u> Сущность и понятие СО.<br><u>Вопросы:</u><br>1. Приведите и проанализируйте известные вам определения СО. Какое из них вам кажется наиболее верным и почему.<br>2. Охарактеризуйте основные функции СО в области маркетинга, менеджмента, государственной службы.<br>3. Раскройте значение СО в социально-экономической, политической и духовной жизни современной России.<br>4. Назовите и прокомментируйте основные принципы связей с общественностью.<br>5. Известны ли Вам примеры успешного применения методов и приемов СО в отечественных государственных или коммерческих структурах? Опишите и прокомментируйте их.<br>6. Прокомментируйте с точки зрения СО действия отдельных кандидатов в депутаты, политических сил и политических лидеров в период избирательной кампании. | 6           |                                   |
|                                                                          | <u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям. Поиск и подбор примеров, анализ ситуаций. Изучение дополнительной литературы по теме.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 6           |                                   |
| <b>Тема 1.2.</b><br><u>История развития связей с общественностью как</u> | <u>Лекции:</u> История развития связей с общественностью как социального феномена. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи. Этапы институционализации связей с общественностью. Роль и место связей с общественностью в современном обществе                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |             | <i>ОПК-7</i>                      |

|                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------|
| <p><u>социального феномена</u></p>                                                                         | <p><u>Практические занятия (семинары) Становление СО как области знаний и сферы деятельности</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.<br/> 2. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.<br/> 3. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.<br/> 4. Расскажите о первых СО-фирмах и первых профессионалах в области СО.<br/> 5. Как развивается СО-деятельность в вашем городе.</p> | <p>6</p> |                     |
|                                                                                                            | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентаций по теме «История СО». Подготовка текста для защиты презентации.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>6</p> |                     |
| <p><b>Тема 1.3.</b><br/> <u>Общественность и общественное мнение</u></p>                                   | <p><u>Лекции:</u> Социальные признаки принадлежности к общественности. Понятия широкой и целевой общественности. Структура общественности. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния. Категория «общественное мнение» в контексте PR. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля. Явные и латентные функции общественного мнения. Схема работы с группами общественности. Индекс приоритетности групп общественности по Д. Ньюсому.</p>                                                                                                                                                                                     | <p>6</p> | <p><i>ОПК-7</i></p> |
|                                                                                                            | <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/> <u>Основы коммуникаций в СО</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Дайте определение понятию «коммуникация».<br/> 2. Что подразумевается под понятием «моделирование социальных систем»?<br/> 3. Перечислите и проанализируйте составляющие модели коммуникации.<br/> 4. Проанализируйте модель коммуникации на примере рекламного агентства.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>6</p> |                     |
|                                                                                                            | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Составление опорного конспекта по основным моделям коммуникации. Изучение дополнительной литературы по теме.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>6</p> |                     |
| <p><b>Тема 1.4.</b><br/> <u>Исследования как первый этап и важнейшая составляющая СО-деятельности.</u></p> | <p><u>Лекции:</u> Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования. Информационный аудит и составление медиапортрета. Измерение эффективности СО-деятельности.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>6</p> | <p><i>ОПК-7</i></p> |

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
|                                                                                     | <p><u>Практические занятия (семинары): Вербальные коммуникации в СО.</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Назовите основные свойства речи.<br/> 2. Назовите известных ораторов древности. Кого из современных политических лидеров можно причислить к искусным ораторам?<br/> 3. Перечислите основные цели публичных выступлений.<br/> 4. В чем разница между процессом внушения и процессом убеждения?</p>                                                                        | 6 |       |
|                                                                                     | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Разработка анкеты для проведения социологического опроса по изучению общественного мнения. Составление концепции исследования.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 6 |       |
| <p><b>Тема 1.5.</b><br/> <u>Основы коммуникаций в СО.</u></p>                       | <p><u>Лекции:</u> Коммуникативная модель PR-технологий. Коммуникация и распространение информации в обществе. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения. Вербальные коммуникации в СО. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью. Невербальные коммуникации в СО. Понятие о невербальных коммуникациях. Коммуникативно-дистанционные зоны, жесты, мимика, невербальные знаки. Значение невербальных коммуникаций.</p> | 6 | ОПК-7 |
|                                                                                     | <p><u>Практические занятия (семинары): Невербальные коммуникации в СО</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Дайте определение невербальным коммуникациям.<br/> 2. В чем особенность невербальных коммуникаций?<br/> 3. Что означает конгруэнтность невербальных сигналов?<br/> 4. Чем обусловлены размеры личной пространственной зоны?<br/> 5. Раскройте значение основных жестов рук, ног, головы.<br/> 6. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?</p>             | 6 |       |
|                                                                                     | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентации по теме: <u>СО в сфере культуры.</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 6 |       |
| <p><b>Тема 1.6.</b><br/> <u>Дисциплины коммуникативного цикла, значимые для</u></p> | <p><u>Лекции:</u> Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду. Миф как феномен культуры. Природа и формы мифа. Условия и этапы социализации мифа. Типология мифа.</p>                                                                                                                                                                                                                                 | 6 | ОПК-7 |



|                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |       |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
| <u>связей с общественностью.</u>                                            | <u>Практические занятия (семинары): Диалогические формы общения в системе СО.</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Охарактеризуйте значимость диалога в процессе СО.<br>2. Раскройте значение личностно-ориентированного и социально-ориентированного диалога.<br>3. Назовите классы диалогов.<br>4. Перечислите основные условия диалогического общения.<br>5. Назовите и прокомментируйте основные виды диалогов.<br>6. Назовите основные правила подготовки и произнесения интервью.<br>7. Что предполагает подготовка интервью?<br><u>Самостоятельная работа:</u> Составление списка литературы по теме: Специфика СО в социально-культурной сфере. | 6 |       |
| <b>Форма промежуточной аттестации – зачет</b>                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |       |
| <b>3 семестр</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |       |
| <b>Раздел 2 Технологии и организационные формы связей с общественностью</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |       |
| <b>Тема 2.1.</b><br><u>Управление информацией как технология в СО</u>       | <u>Лекции:</u> Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логикам механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляде, позиции журналиста.                    | 4 | ОПК-7 |

|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
|                                                                                                | <p><u>Практические занятия (семинары)</u><br/> <u>Отношения со средствами массовой информации (СМИ)</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Что обусловило возникновение массовых коммуникаций?<br/> 2. Дайте краткую историческую справку о появлении первых газет и журналов в России и за рубежом.<br/> 3. Как можно классифицировать прессу?<br/> 4. Что такое новость? Приведите пример статьи из газеты.<br/> 5. Какие функции задачи выполняет СО-специалист? Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественность и пресс-секретаря.<br/> 6. Что такое "кейс-история", «пресс-релиз», "обзорная статья", "интервью", «брифинг», «бэкграундер», «видеоньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»? Приведите примеры из газет.<br/> 7. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.<br/> 8. Пресс-релизы, их назначение, особенности распространения.</p> | 4 |       |
|                                                                                                | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Написание эссе на тему: PR для шоу-бизнеса.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4 |       |
| <p><b>Тема 2.2.</b><br/> <u>Менеджмент новостей и конструирование новостной информации</u></p> | <p><u>Лекции:</u> Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор». Механизмы управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала. Слухи, их особенности и факторы распространения.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4 | ОПК-7 |
|                                                                                                | <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Создание информационного повода организациями социально-культурной сферы<br/> 2. Написание «жесткой» новости, подготовка пресс-релиза<br/> 3. Способы привлечения СМИ к освещению мероприятий социально-культурной сферы.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4 |       |
|                                                                                                | <p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентации на тему «СО в индустрии развлечений».</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 |       |

|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |          |              |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|
| <p><b>Тема 2.3.</b><br/><u>Базовые документы в СО</u></p> | <p><u>Лекции:</u> Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red folder»)), приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.</p> | <p>4</p> | <p>ОПК-7</p> |
|                                                           | <p><u>Практические занятия (семинары): Менеджмент новостей и конструирование новостной информации</u><br/><u>Вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правовые условия СО.</li> <li>2. Этические нормы в СО.</li> <li>3. Требования к СО-специалистам.</li> <li>4. Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор»</li> <li>5. Механизмы управления новостной информацией</li> <li>6. Приемы конструирования новостной информации</li> <li>7. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>4</p> | <p>ОПК-7</p> |
|                                                           | <p><u>Самостоятельная работа:</u> написание пресс-релиза, «жесткой новости». Подготовка к конкурсу PR-проектов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>4</p> |              |

|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
| <b>Тема 2.4.</b><br><u>Технологии</u><br><u>СО в</u><br><u>привлечении</u><br><u>инвестиций</u>                           | <u>Лекции:</u> Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Этапы фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций. | 4 | ОПК-7 |
|                                                                                                                           | <u>Практические занятия:</u><br>Разработка концепции PR-проекта для организации социально-культурной сферы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4 |       |
|                                                                                                                           | <u>Самостоятельная работа:</u> Разработка PR-проекта для организации социально-культурной сферы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 |       |
| <b>Тема 2.5.</b><br><u>Организацион</u><br><u>ные формы</u><br><u>связей с</u><br><u>общественност</u><br><u>ью</u>       | <u>Лекции:</u> Виды и уровни организационных форм в связях с общественностью. Событийные коммуникации в социально-культурной сфере.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 6 | ОПК-7 |
|                                                                                                                           | <u>Практические занятия: (семинары):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Организация и проведение рутинных и нерутинных мероприятий.<br>2. Ситуативное и программное PR-сопровождение деятельности организации социально-культурной сферы.                                                                                                                                                                                                                          | 6 |       |
|                                                                                                                           | <u>Самостоятельная работа:</u> Составление конспекта на <u>тему:</u> Программный подход в управлении PR-деятельностью. Составление списка источников.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4 |       |
| <b>Тема 2.6.</b><br><u>Связи с</u><br><u>общественност</u><br><u>ью в</u><br><u>государственн</u><br><u>ых структурах</u> | <u>Лекции:</u> Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях социально-культурной сферы. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного PR в социально-культурной сфере.                                                 | 6 | ОПК-7 |
|                                                                                                                           | <u>Практические занятия (семинары):</u> Паблицити.<br><u>Имидж.</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Дайте определение понятию "имидж", назовите свойства имиджа<br>2. Функции имиджа.<br>3. Паблицити и имидж: общее и отличное<br>4. Понятие корпоративной культуры, фирменного стиля<br>5. Функции корпоративной культуры.<br>6. Представительские мероприятия.                                                                                                   | 6 |       |
|                                                                                                                           | <u>Самостоятельная работа:</u> Составление имиджевой программы для организации социально-культурной сферы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3 |       |

|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |       |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
| <b>Тема 2.7.</b><br><u>Связи с общественностью в некоммерческих организациях</u> | <u>Лекции:</u> Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты. Специфика функционирования некоммерческих организаций в социально-культурной сфере. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.                                                                   | 6       | ОПК-7 |
|                                                                                  | <u>Практические занятия:</u> Семинар. Управление кризисом и возможностями.<br>1. Типы кризисов.<br>2. Какими типичными признаками сопровождаются кризисы?<br>3. Основные подходы к пониманию кризиса и способов управления им.<br>4. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.<br>5. Управление информацией во время кризиса. | 6       |       |
|                                                                                  | <u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентации на тему: «Методы и способы оценки в управлении PR-деятельностью».                                                                                                                                                                                                                                      | 3       |       |
| Примерная тематика курсовой работы – не предусмотрено                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |       |
| <b>Вид итогового контроля</b>                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | экзамен |       |
| <b>ВСЕГО:</b>                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 216/6   |       |

### *По заочной форме обучения*

| Наименование разделов и тем                           | Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа                                                                                                                                                                                             | Объем часов | Формируемые компетенции (по теме) |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------|
| 1                                                     | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3           | 4                                 |
| <u>1</u> семестр                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |             |                                   |
| Раздел 1. <u>Методология связей с общественностью</u> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |             |                                   |
| <b>Тема 1.1.</b><br><u>Введение в дисциплину</u>      | <u>Лекции:</u> Объект, предмет, цели и задачи дисциплины. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью». Принципы и основные функции связей с общественностью. Сферы применения технологий по связям с общественностью. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью. | 2           | ОПК-7                             |
|                                                       | <u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | -           |                                   |
|                                                       | <u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям. Поиск и подбор примеров, анализ ситуаций по теме лекции. Изучение дополнительной литературы по теме.                                                                                                                                                                                                                 | 16          |                                   |
| <b>Тема 1.2.</b><br><u>История</u>                    | <u>Лекции:</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |             | ОПК-7                             |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------|
| <u>развития связей с общественностью как социального феномена</u>                                 | <u>Практические занятия (семинары) Становление СО как области знаний и сферы деятельности</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.<br>2. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.<br>3. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.<br>4. Расскажите о первых СО-фирмах и первых профессионалах в области СО.<br>5. Как развивается СО-деятельность в вашем городе. | 2  |       |
|                                                                                                   | <u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентаций по теме «История СО». Подготовка текста для защиты презентации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 16 |       |
| <b>Тема 1.3.</b><br><u>Общественность и общественное мнение</u>                                   | <u>Лекции:</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | -  | ОПК-7 |
|                                                                                                   | <u>Практические занятия (семинары):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Социальные признаки принадлежности к общественности. Понятия широкой и целевой общественности.<br>2. Структура общественности. Основные подходы к классификации групп общественности.<br>3. Группы влияния. Категория «общественное мнение» в контексте PR.<br>4. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля. Явные и латентные функции общественного мнения<br>5. Схема работы с группами общественности. Индекс приоритетности групп общественности по Д. Ньюсому.                                                                                                | 2  |       |
|                                                                                                   | <u>Самостоятельная работа:</u> Составление опорного конспекта по основным моделям коммуникации. Изучение дополнительной литературы по теме.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 16 |       |
| <b>Тема 1.4.</b><br><u>Исследования как первый этап и важнейшая составляющая СО-деятельности.</u> | <u>Лекции:</u> Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования. Информационный аудит и составление медиапортрета. Измерение эффективности СО-деятельности.                                                                                                                                                                                                                                                                              | 4  | ОПК-7 |
|                                                                                                   | <u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -  |       |

|                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------|
|                                                                                                      | Самостоятельная работа: Разработка анкеты для проведения социологического опроса по изучению общественного мнения. Составление концепции исследования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 16 |       |
| <b>Тема 1.5.</b><br><u>Основы коммуникаций в СО.</u>                                                 | <u>Лекции:</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | -  | ОПК-7 |
|                                                                                                      | <u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |       |
|                                                                                                      | Самостоятельная работа: проработка вопросов по невербальным коммуникациям:<br>1. Дать определение невербальным коммуникациям.<br>2. В чем особенность невербальных коммуникаций?<br>3. Что означает конгруэнтность невербальных сигналов?<br>4. Чем обусловлены размеры личной пространственной зоны?<br>5. Раскройте значение основных жестов рук, ног, головы.<br>6. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?<br>Подготовка презентации по теме: СО в сфере культуры.                                                                                                                                       | 16 |       |
| <b>Тема 1.6.</b><br><u>Дисциплины коммуникативного цикла, значимые для связей с общественностью.</u> | <u>Лекции:</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | -  | ОПК-7 |
|                                                                                                      | <u>Практические занятия (семинары):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.<br>2. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.<br>3. Миф как феномен культуры.<br>4. Природа и формы мифа. Условия и этапы социализации мифа.<br>5. Типология мифа диалогов.<br>6. Интервью.                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4  |       |
|                                                                                                      | <u>Самостоятельная работа:</u> Составление списка литературы по теме: Специфика СО в социально-культурной сфере.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 16 |       |
| <b>Форма промежуточной аттестации - зачет</b>                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |       |
| <b>2 семестр Раздел 2 Технологии и организационные формы связей с общественностью</b>                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |       |
| <b>Тема 2.1.</b><br><u>Управление информацией как технология в СО</u>                                | <u>Лекции:</u> Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляде, позиции журналиста. | 2  | ОПК-7 |

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
|                                                                                       | <u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | - |       |
|                                                                                       | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Проработка вопросов по теме:<br>Отношения со средствами массовой информации (СМИ)<br>1. Что обусловило возникновение массовых коммуникаций?<br>2. Дайте краткую историческую справку о появлении первых газет и журналов в России и за рубежом.<br>3. Как можно классифицировать прессу?<br>4. Что такое новость? Приведите пример статьи из газеты.<br>5. Какие функции задачи выполняет СО-специалист? Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественность и пресс-секретаря.<br>6. Что такое "кейс-история", «пресс-релиз», "обзорная статья", "интервью", «брифинг», «бэкграундер», «видеоньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»? Приведите примеры из газет.<br>7. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.<br>8. Пресс-релизы, их назначение, особенности распространения.<br><u>Написание эссе на тему: PR для шоу-бизнеса.</u> | 2 |       |
| <b>Тема 2.2.</b><br><u>Менеджмент новостей и конструирование новостной информации</u> | <u>Лекции:</u> не предусмотрены                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | - | ОПК-7 |
|                                                                                       | <u>Практические занятия (семинары)</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Создание информационного повода организациями социально-культурной сферы<br>2. Написание «жесткой» новости, подготовка пресс-релиза<br>3. Способы привлечения СМИ к освещению мероприятий социально-культурной сферы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2 |       |
|                                                                                       | <u>Самостоятельная работа: подготовка вопросов семинарского занятия; подготовка презентации на тему СО в индустрии развлечений.</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3 |       |



|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |       |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
| <p><b>Тема 2.3.</b><br/><u>Базовые документы в СО</u></p>      | <p><u>Лекции:</u> Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red folder»)), приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.</p> | 2 | ОПК-7 |
|                                                                | <p><u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | - | ОПК-7 |
|                                                                | <p><u>Самостоятельная работа:</u><br/>подготовка вопросов по теме : «Менеджмент новостей и конструирование новостной информации»<br/>1. Правовые условия СО.<br/>2. Этические нормы в СО.<br/>3. Требования к СО-специалистам.<br/>4. Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор»<br/>5. Механизмы управления новостной информацией<br/>6. Приемы конструирования новостной информации<br/>7. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала;<br/>написание пресс-релиза, «жесткой новости».<br/>Подготовка к конкурсу PR-проектов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2 |       |
| <p><b>Тема 2.4.</b><br/><u>Технологии СО в привлечении</u></p> | <p><u>Лекции:</u> не предусмотрены</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | - | ОПК-7 |
|                                                                | <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/>Разработка концепции PR-проекта для организации социально-культурной сферы.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2 |       |

|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |       |       |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|-------|
| <u>инвестиций</u>                                                                | <p><u>Самостоятельная работа:</u><br/> <u>Подготовка вопросов:</u> Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Этапы фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций. Разработка PR-проекта для организации социально-культурной сферы.</p>                 | 3 |       |       |
| <b>Тема 2.5.</b><br><u>Организационные формы связей с общественностью</u>        | <p><u>Лекции:</u> не предусмотрены</p> <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/> 1. Организация и проведение рутинных и нерутинных мероприятий.<br/> 2. Ситуативное и программное PR-сопровождение деятельности организации социально-культурной сферы.</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> Составление конспекта на тему: Программный подход в управлении PR-деятельностью. Составление списка источников.</p>                                                                                                                                                                                | - | ОПК-7 |       |
| <b>Тема 2.6.</b><br><u>Связи с общественностью в государственных структурах</u>  | <p><u>Лекции:</u> Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях социально-культурной сферы. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного PR в социально-культурной сфере.</p> <p><u>Практические занятия ( семинары):</u> не предусмотрены</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> Составление имиджевой программы для организации социально-культурной сферы.</p> | 2 |       | ОПК-7 |
| <b>Тема 2.7.</b><br><u>Связи с общественностью в некоммерческих организациях</u> | <p><u>Лекции:</u> не предусмотрены</p> <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/> <u>Управление кризисом и возможностями.</u><br/> <u>Вопросы:</u><br/> 1. Типы кризисов.<br/> 2. Какими типичными признаками сопровождаются кризисы?<br/> 3. Основные подходы к пониманию кризиса и способов управления им.<br/> 4. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.<br/> 5. Управление информацией во время кризиса.</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентации на тему: Методы и способы оценки в управлении PR-деятельностью.</p>                   | - |       |       |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1 |       |       |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3 |       |       |

|                                                       |         |  |
|-------------------------------------------------------|---------|--|
| Примерная тематика курсовой работы – не предусмотрено |         |  |
| <b>Вид итогового контроля</b>                         | экзамен |  |
| <b>ВСЕГО:</b>                                         | 216/6   |  |

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций;
- практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, «круглые столы», формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных вопросов;
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя;
- просмотр документальных и художественных фильмов с последующим обсуждением и анализом.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определен главной целью программы, особенностью контингента обучающихся, содержанием дисциплины и в целом в учебном процессе они составляют 24% от всего объема аудиторных занятий, что соответствует проекту ФГОС ВО по направлению подготовки.

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

*Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Устный опрос
- Эссе
- Презентации в Power Point

*Рубежный контроль* предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- Устные ответы на коллоквиумах
- Тестирование.

*Промежуточный контроль* по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета во 2 семестре, в форме экзамена в 3 семестре.

## **6.2. Оценочные средства**

### **6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)**

1. Человек, занимающийся менеджментом новостей и исправлением ошибок оповещения событий:
  - А) Менеджер
  - Б) Информатор
  - В) Спин-доктор +
2. Выберите верное утверждение:
  - А) Различий между PR-текстом и журналистским текстом нет
  - Б) Лояльность к базисному PR-субъекту отличает PR-текст +
3. Отделение от отрицательных объектов относится к такой операции PR, как:
  - А) Изменение отношений
  - Б) Дистанцирование +
  - В) Присоединение
4. Выберите верное утверждение:
  - 1) Пресс-конференция и брифинг – понятия идентичные
  - 2) Брифинг возможен без диалога +
  - 3) Пресс-конференция проводится только официальными организациями
5. Событие имеет определенный срок жизни в общественном сознании:
  - А) 1-2 дня
  - Б) 7-10 дней +
  - В) 15-20 дней
6. Имидж – это .....образ объекта, основанный на результатах обработки информации (выберите правильный вариант пропущенного слова)
  - А) Визуальный
  - Б) Символический +
  - В) Виртуальный
7. Понятие целевой аудитории в PR:
  - 1) Целевые аудитории выделяются на основе технологии для каждой PR-программы +
  - 2) Целевые аудитории выделяются произвольно, по вкусу специалистов и руководителей
  - 3) Целевая аудитория может быть только одна
8. Фирменный стиль – это:
  - А) Единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы +
  - Б) Графический элемент товарного знака

9. Укажите, что означает лоббирование:
- а) столкновение противоположных позиций, мнений, оценок и идей, которые люди пытаются разрешить с помощью действий или эмоционального убеждения;
  - б) комплекс действенных мер социальных институтов по воздействию на государство и законодательство для достижения намеченных целей в области государственных поощрений и поддержки; +
  - в) новая, неоднозначная ситуация, требующая принятия срочных и трудных решений и установления в сжатые сроки тесных коммуникаций со средствами массовой информации;
10. В работе с общественностью следует ориентироваться на:
- а) Политических лидеров;
  - б) Большинство
  - в) Лидеров мнений +
11. В мировой практике утвердилось проведение PR-проектов в 4 этапа, что нашло выражение в формуле RACE. Назовите последний этап:
- А) оценка +
  - Б) действие
  - В) исследование
  - Г) общение
12. Вид массовой коммуникации направленный на достижение публичности, популярности организации, человека, события посредством СМИ:
- А. Паблсити +
  - Б. Реклама
  - В. Пропаганда
  - Г. Журналистика.
13. Подготовка и написание текстов для устных выступлений перед аудиторией называется:
- А) Спичрайтинг +
  - Б) Клиппинг
  - В) Мониторинг
  - Г) Редактирование.
14. В чем состоят основные отличия пресс-конференции и брифинга?
- А) Брифинг более короткий по времени, отсутствуют вопросы со стороны СМИ +
  - Б) Брифинг длится дольше пресс-конференции;
  - В) Пресс-конференция может включать в себя брифинг;
  - Г) На брифинг приглашаются только эксперты, присутствие журналистов не допускается.
15. Какой из перечисленных источников не относится к источникам справочной информации?
- А) Слухи +
  - Б) Биографии
  - В) Базы данных
  - Г) Энциклопедии

### **6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля**

1. Приведите и проанализируйте известные вам определения СО. Какое из них вам кажется наиболее верным и почему.

2. Охарактеризуйте основные функции СО в области маркетинга, менеджмента, государственной службы.
3. Раскройте значение СО в социально-экономической, политической и духовной жизни современной России.
4. Назовите и прокомментируйте основные принципы связей с общественностью.
5. Известны ли Вам примеры успешного применения методов и приемов СО в отечественных государственных или коммерческих структурах? Опишите и прокомментируйте их.
6. Прокомментируйте с точки зрения СО действия отдельных кандидатов в депутаты, политических сил и политических лидеров в период избирательной кампании.
7. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.
8. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.
9. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.
10. Расскажите о первых российских СО-фирмах и первых профессионалах в области СО в России..
11. Как развивается СО-деятельность в вашем городе.
12. Дайте определение понятию «коммуникация».
13. Перечислите основные цели публичных выступлений.
14. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?
15. Как можно классифицировать прессу?
16. Что такое новость? Приведите пример.
17. Какие функции выполняет СО-специалист?
18. Назовите различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
19. Что такое «кейс-история», «пресс-релиз», «обзорная статья», «интервью», «брифинг», «бэкграундер», «видеоньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»?
20. Кого из известных людей лучше всего привлечь к мероприятию?
21. Какие государственные и деловые структуры могут участвовать в презентации?
22. Какие материалы предназначены для непосредственной публикации в СМИ?
23. Как избежать острых конфликтов в ходе обмена информацией?
24. Какие этапы должны пройти в процессе подготовки и проведения пресс-конференции?
25. Какие мероприятия проводятся в рамках пресс-тура?

### **6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций**

1. Поле деятельности специалиста по PR в современной России.
2. Основные сферы применения PR.
3. Исторические формы коммуникации.
4. Функции PR.
5. Теория коммуникаций о распространении информации в человеческой среде.
6. Коммуникативная модель PR-технологий.
7. Использование элементарных операций в PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
8. Подготовка и произнесение речи.
9. Подготовка и выступления на радио и телевидении.
10. Пресс-конференция. Технология подготовки и проведения.
11. Пресс-релиз. Правила написания и распространения.
12. Особенности основных форм подачи новостных материалов.

13. Особенности профессии «спин-доктор».
14. Способы создания и усиления новости.
15. Слухи, особенности их распространения и борьба с ними.
16. Анализ исторически состоявшегося событийного ряда.
17. Создание событийно-новостного ряда.
18. Корпоративная философия и история фирмы.
19. Корпоративная идеология.
20. Конструирование персонального имиджа.
21. Кризисы в современном обществе и способы борьбы с ними.
22. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
23. Управление информацией в кризисных условиях.
24. Служба PR в организации: функции, структура, направления деятельности.
25. PR-кампания и ее составляющие.
26. Программный подход к PR-деятельности.
27. Различные способы оценки PR-деятельности.
28. Сертификация PR-деятельности.
29. Рефлексия в деятельности модератора.
30. Медиация при решении управленческих проблем.
31. Использование психографической сегментации в PR.
32. Миф — средство объяснения настоящего.
33. Современные подходы к изучению мифа. Мифо-дизайн.
34. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.
35. Роль мифов в массовой культуре.
36. Возникновение и развитие мифодизайна.
37. Коммуникативно-предметное поле как инструмент мифодизайна, используемый в PR.
38. Особенности PR-деятельности в области шоу-бизнеса.

#### **6.2.4. Вопросы к зачету во 2 семестре**

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.

14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Исследования: виды и роль в СО.
18. Информационный аудит и составление медиапортрета.
19. Измерение эффективности СО-деятельности.
20. Коммуникативная модель PR-технологий.
21. Коммуникация и распространение информации в обществе.
22. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
23. Вербальные коммуникации в СО.
24. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
25. Невербальные коммуникации в СО.
26. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
27. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
28. Миф как феномен культуры и инструмент СО.

#### **6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине в 3 семестре**

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения



17. Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ.
18. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования.
19. Информационный аудит и составление медиапортрета.
20. Измерение эффективности СО-деятельности.
21. Коммуникативная модель PR-технологий.
22. Коммуникация и распространение информации в обществе.
23. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
24. Вербальные коммуникации в СО.
25. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
26. Невербальные коммуникации в СО.
27. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
28. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
29. Миф как феномен культуры и инструмент СО.
30. Управление средствами массовой информации и информацией.
31. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
32. Этапы, логика, механизмы управления информацией.
33. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости.
34. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
35. Слухи, их особенности и факторы распространения.
36. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
37. Имиджевые корпоративные документы.
38. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете.
39. Служебные PR-документы.
40. Виды рабочих мероприятий.
41. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
42. Целевые мероприятия по привлечению средств.
43. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
44. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов».
45. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах.
46. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.
47. Связи с общественностью в государственных структурах.
48. Пресс-клиппинг как PR - технология.
49. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе.

50. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.
51. Публичный характер деятельности общественных объединений.
52. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7.1. Основная литература**

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 31.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.
2. Китчен, Ф. Публик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е. Э. Лалаян. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 456 с. : схем., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684583> (дата обращения: 31.01.2022). – ISBN 5-238-00603-9. – Текст : электронный.
3. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134> (дата обращения: 31.01.2022). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст] : учеб. пособие / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект-Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8 (Изд-во "Аспект-Пресс") :
3. Связи с общественностью в органах власти [Текст] : учеб. для академ. бакалавриата / под ред. М.М. Васильевой. - М. : Юрайт, 2015. - 495 с. - (Бакалавриат. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3940-8

### **7.3. Периодические издания**

1. Информационное общество
2. Информационные ресурсы России
3. Культура: управление, экономика, право
4. Советник

### **7.4. Интернет-ресурсы**

1. URL: <http://www.sostav.ru>
2. URL: <http://www.advertologi.ru>
3. URL: <http://www.mediamarket.ru>
4. URL: <http://www.createbrand.ru>

5. URL: [http:// www. AdMe.ru](http://www.AdMe.ru)

## **7.5. Методические указания и материалы по видам занятий**

### **Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий различного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;

- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

### **Методические указания к выполнению реферативной работы**

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

#### **Этапы работы над рефератом**

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;

- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно

формулировать выводы;

- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);

- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;

- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

### **Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов**

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.
4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.
5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.
6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.
7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.
8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.
9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

#### **Методические указания для подготовки к семинарским занятиям**

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

## **7.6 Программное обеспечение**

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20\_\_-20\_\_ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_.
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование)  
Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Исполнитель(и):

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)  
(дата)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)  
(дата)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.)  
(дата)