

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Менеджмент, маркетинг и реклама"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.01.2 Реклама и связи с общественностью в государственных, общественных и бизнес-организациях

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

Тамбов, 2021

Автор программы:

Кандидат наук, Никоненко Сергей Андреевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Менеджмент, маркетинг и реклама" «11» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	12
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	28
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	29
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	30

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- А Организация распространения продукции СМИ - А/01.5 Реализация продукции СМИ - А/02.5 Организация поставки продукции СМИ - А/03.5 Организация и проведение подписной кампании - В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ - В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ - В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ - В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ - С/02.6 Управление информацией из различных источников - С/05.6 Анализ информационных потребностей посетителей сайта - С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	ПК-2 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта путем взаимодействия с разными целевыми группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения												
		Очная (семестр)						Заочная (семестр)						
		3	4	5	6	7	8	3	4	5	6	7	8	9
1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Реклама и связи с общественностью в государственных, общественных и бизнес-организациях "					+						+		
2	Бренд-менеджмент	+						+						
3	Брендинг территорий					+						+		
4	Организация работы рекламного агентства и пресс-службы					+	+					+	+	
5	Преддипломная практика						+							+
6	Профессионально-творческая практика		+	+	+				+	+	+			
7	Реклама и связи с общественностью в деловой сфере					+						+		
8	Территориальный и страновой брендинг					+						+		

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в государственных, общественных и бизнес-организациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в государственных, общественных и бизнес-организациях» изучается в 7 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 4 з.е.

Очная: 4 з.е.

Заочная: 4 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
Контактная работа	52	14

Лекции (Лекции)	18	6
Практические (Практ. раб.)	34	8
Самостоятельная работа (СР)	56	121
Экзамен	36	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	2	-	2	-	6	10	собеседование, опрос
2	Принципы и последовательност ь планирования и реализации PR-кампаний	2	1	4	2	6	10	собеседование, опрос
3	Социологические исследования для государственного PR-проекта.	1	-	2	-	4	10	собеседование, опрос
4	Разработка информационно-ко ммуникативной стратегии и рабочего плана.	2	2	4	2	6	11	собеседование, опрос
5	Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью	2	2	4	2	4	12	собеседование, опрос
6	Измерение эффективности PR-деятельности	2	-	4	-	4	10	собеседование, опрос
7	Организационные структуры государственного PR	2	-	4	2	6	12	собеседование, опрос
8	Инструментарий государственного PR	1	-	2	-	6	10	собеседование, опрос
9	Виды PR-кампаний в государственных организациях	2	1	4	-	6	10	собеседование, опрос

10	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	1	-	2	-	4	16	собеседование, опрос
11	Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти.	1	-	2	-	4	10	Тестирование; собеседование, опрос

Тема 1. Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов (ПК-2)

Лекция.

Актуальное понятие связей с общественностью, их место и функция в государственной и рыночной деятельности. Связи с общественностью - научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия. Государственные связи с общественностью в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века. Структура российского государственного PR-рынка. Роль связей с общественностью в государственной системе. Отличительные особенности государства как субъекта связей с общественностью от коммерческих организаций, политических партий и некоммерческих организаций.

Практическое занятие.

1. Становление публичных отношений как области знаний и профессиональной деятельности.
2. Актуальное понятие связей с общественностью, их место и функция в государственной и рыночной деятельности.
3. Связи с общественностью - научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия.
4. Государственные связи с общественностью в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века.
5. Структура российского государственного PR-рынка.
6. Роль связей с общественностью в государственной системе.
7. Отличительные особенности государства как субъекта связей с общественностью от коммерческих организаций, политических партий и некоммерческих организаций.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Государственные связи с общественностью в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века.
2. Отличительные особенности государства как субъекта связей с общественностью от коммерческих организаций, политических партий и некоммерческих организаций.

Тема 2. Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний (ПК-2)

Лекция.

Государственные связи с общественностью как проектная деятельность. Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний. RACE - глобальный подход к связям с общественностью. Связи с общественностью в универсальной коммуникационной системе: проекция на деятельность государственных организаций. Прикладной подход к организации проектной деятельности

Практическое занятие.

1. Свобода манипулирования и свобода манипуляций.
2. Государственные связи с общественностью как проектная деятельность.
3. Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний.
4. RACE - глобальный подход к связям с общественностью.
5. Связи с общественностью в универсальной коммуникационной системе: проекция на деятельность государственных организаций.
6. Прикладной подход к организации проектной деятельности.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. RACE - глобальный подход к связям с общественностью.
2. Связи с общественностью в универсальной коммуникационной системе: проекция на деятельность государственных организаций.
3. Прикладной подход к организации проектной деятельности.

Тема 3. Социологические исследования для государственного PR-проекта. (ПК-2)

Лекция.

Прикладные основы современной социологии. Репрезентативное социологическое исследование. Экспертные опросы. Фокус-группы, глубинные интервью. Проведение информационного аудита в государственной организации как анализа организационного построения, компетентности и содержательности PR-структур и специалистов. Осуществление коммуникационного аудита в государственной организации как анализ материалов СМИ и Интернета в целях составления медиапортрета объекта.

Практическое занятие.

1. Прикладные основы современной социологии.
2. Репрезентативное социологическое исследование.
3. Экспертные опросы.
4. Фокус-группы, глубинные интервью.
5. Проведение информационного аудита в государственной организации как анализа организационного построения, компетентности и содержательности PR-структур и специалистов.
6. Осуществление коммуникационного аудита в государственной организации как анализ материалов СМИ и Интернета в целях составления медиапортрета объекта.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Экспертные опросы.
2. Фокус-группы, глубинные интервью.

Тема 4. Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана. (ПК-2)

Лекция.

Стратегическое планирование, основные принципы. Роль стратегического планирования в деятельности государственной организации. Формирование корпоративного имиджа как ключевая цель стратегического планирования в связях с общественностью. Алгоритм разработки информационно-коммуникативной стратегии для государственной организации: основные этапы. Рабочий план деятельности по связям с общественностью в государственной организации. Соотношение информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана деятельности по связям с общественностью в государственных организациях.

Практическое занятие.

1. Стратегическое планирование, основные принципы.
2. Роль стратегического планирования в деятельности государственной организации.
3. Формирование корпоративного имиджа как ключевая цель стратегического планирования в связях с общественностью.

4. Алгоритм разработки информационно-коммуникативной стратегии для государственной организации: основные этапы.
5. Рабочий план деятельности по связям с общественностью в государственной организации.
6. Соотношение информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана деятельности по связям с общественностью в государственных организациях.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Стратегическое планирование, основные принципы.
2. Роль стратегического планирования в деятельности государственной организации.
3. Формирование корпоративного имиджа как ключевая цель стратегического планирования в связях с общественностью.

Тема 5. Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью (ПК-2)

Лекция.

Российское законодательство о размещении государственного заказа, виды конкурсов в сфере государственного заказа и выполнение работ по связям с общественностью. Тендер: понятие, способ проведения, основные критерии. Особенности участия организаций по связям с общественностью в тендере. Процесс подготовки проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью.

Практическое занятие.

1. Российское законодательство о размещении государственного заказа, виды конкурсов в сфере государственного заказа и выполнение работ по связям с общественностью.
2. Тендер: понятие, способ проведения, основные критерии.
3. Особенности участия организаций по связям с общественностью в тендере.
4. Процесс подготовки проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Тендер: понятие, способ проведения, основные критерии.
2. Процесс подготовки проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью.

Тема 6. Измерение эффективности PR-деятельности (ПК-2)

Лекция.

Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры в PR-деятельности государственных организаций: сходства, отличия. Нормативные параметры как оценки удовлетворенности населением определенными видами государственной деятельности в соответствии с Указом Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации». Макропараметры как оценка эффективности специальных PR-программ (медиаарилейшнз, внутрикорпоративный PR). Микропараметры как оценка эффективности интегрирования PR-направлений в общее управление организацией. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов.

Практическое занятие.

1. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры в PR-деятельности государственных организаций: сходства, отличия.
2. Нормативные параметры как оценки удовлетворенности населением определенными видами государственной деятельности в соответствии с Указом Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

3. Макропараметры как оценка эффективности специальных PR-программ (медиарилейшнз, внутрикорпоративный PR).
4. Микропараметры как оценка эффективности интегрирования PR-направлений в общее управление организацией.
5. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов.

Задания для самостоятельной работы.

1. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры в PR-деятельности государственных организаций: сходства, отличия.
2. Нормативные параметры как оценки удовлетворенности населением определенными видами государственной деятельности в соответствии с Указом Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

Тема 7. Организационные структуры государственного PR (ПК-2)

Лекция.

PR-подразделения в органах власти и других государственных и муниципальных организациях. Специализированная PR-фирма – исполнитель государственных проектов. Собственная служба по связям с общественностью и привлеченное PR-агентство: баланс функций. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение. Задачи, функции, структура отделов по связям с общественностью в государственных организациях. Типовая структура управления по связям с общественностью в государственной организации. Особенности организационной структуры в различных государственных структурах. Функции и задача PR-спец в государственной организации специалиста по взаимодействию со СМИ.

Практическое занятие.

1. PR-подразделения в органах власти и других государственных и муниципальных организациях.
2. Специализированная PR-фирма – исполнитель государственных проектов. Собственная служба по связям с общественностью и привлеченное PR-агентство: баланс функций.
3. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение.
4. Задачи, функции, структура отделов по связям с общественностью в государственных организациях.
5. Типовая структура управления по связям с общественностью в государственной организации.
6. Особенности организационной структуры в различных государственных структурах.
7. Функции и задача PR-спец в государственной организации специалиста по взаимодействию со СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

1. Особенности организационной структуры в различных государственных структурах.
2. Функции и задача PR-спец в государственной организации специалиста по взаимодействию со СМИ.

Тема 8. Инструментарий государственного PR (ПК-2)

Лекция.

Медиарилейшнз государственных организаций. Структура построения медиарилейшнз. Управление СМИ и информацией: сходство и различие этих видов управления. Производство и смысловое позиционирование новостей для СМИ. Информационный эталон: понятие, виды (негативный эталон, позитивный эталон). Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ. Мероприятия для прессы: брифинги, пресс-конференции, пресс-туры. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиарилейшнз. Возможности Интернет-коммуникаций для государственного PR.

Практическое занятие.

1. Медиарилейшнз государственных организаций.
2. Структура построения медиарилейшнз.
3. Управление СМИ и информацией: сходство и различие этих видов управления.
4. Производство и смысловое позиционирование новостей для СМИ. Информационный эталон: понятие, виды (негативный эталон, позитивный эталон).
5. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ.
6. Мероприятия для прессы: брифинги, пресс-конференции, пресс-туры.
7. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиарилейшнз.
8. Возможности Интернет-коммуникаций для государственного PR.

Задания для самостоятельной работы.

1. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ.
2. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиарилейшнз. Возможности Интернет-коммуникаций для государственного PR.

Тема 9. Виды PR-кампаний в государственных организациях (ПК-2)

Лекция.

Виды информационно-пропагандистских кампаний: субъектный подход. Кампании по продвижению территорий. Кампании по продвижению организаций. Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса. Виды информационно-пропагандистских кампаний: целевой (проектный) подход. Кампании по информированию. Кампании по образованию. Кампании по вовлечению. Кампании по нейтрализации. Доктринальные кампании. «Декампанизация»: понятие, алгоритм проведения.

Практическое занятие.

1. Виды информационно-пропагандистских кампаний: субъектный подход. Кампании по продвижению территорий.
2. Кампании по продвижению организаций.
3. Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса.
4. Виды информационно-пропагандистских кампаний: целевой (проектный) подход. Кампании по информированию.
5. Кампании по образованию.
6. Кампании по вовлечению. Кампании по нейтрализации. Доктринальные кампании. «Декампанизация»: понятие, алгоритм проведения.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Кампании по информированию.
2. Кампании по образованию.
3. Кампании по вовлечению.
4. Кампании по нейтрализации.
5. Доктринальные кампании. «Декампанизация»: понятие, алгоритм проведения.

Тема 10. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти. (ПК-2)

Лекция.

Общая характеристика органов муниципальной власти. Основные отличия государственных органов власти от муниципальных органов власти. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления. Организация деятельности по связям с общественностью в администрации муниципального образования: цели и задачи, структура, планирование. Факторы проблемы осуществления PR-деятельности в органах местного самоуправления.

Практическое занятие.

1. Критерии эффективности работы ПР-служб.
2. Общая характеристика органов муниципальной власти.
3. Основные отличия государственных органов власти от муниципальных органов власти.
4. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.
5. Основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления.
6. Организация деятельности по связям с общественностью в администрации муниципального образования: цели и задачи, структура, планирование.
7. Факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местного самоуправления.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Организация деятельности по связям с общественностью в администрации муниципального образования: цели и задачи, структура, планирование.
2. Факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местного самоуправления.

Тема 11. Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти. (ПК-2)

Лекция.

Коммуникативный подход к власти – основа ее легитимности. Легитимность, легитимация и политическая коммуникация. Медиатизация политики и медиалегитимация власти. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий. PR-методы повышения уровня легитимности.

Практическое занятие.

1. Коммуникативный подход к власти – основа ее легитимности.
2. Легитимность, легитимация и политическая коммуникация.
3. Медиатизация политики и медиалегитимация власти.
4. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий.
5. PR-методы повышения уровня легитимности.

Задания для самостоятельной работы.

1. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий.
2. PR-методы повышения уровня легитимности.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 5 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
--------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Связи с общественностью как коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--	----------------------	---	---

2.	Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

3.	Социологическое исследование для государственного PR-проекта.	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

4.	Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана.	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по</p>
----	--	----------------------	---	--

5.	Подготовка проектной документации для государственного контракта в сфере связей с общественностью	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по тем практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	--

6.	Измерение эффективности PR-деятельности	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

7.	Организационные структуры государственного PR	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

8.	Инструментарий государственного PR	собеседование, опрос(контрольный срез)	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---------------------------------------	---	---	---

9.	Виды PR-кампаний в государственных организациях	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

10.	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
11.	Связи с общественностью как демонстрация	Тестирование(контрольный срез)	5	<p>5 вопросов в тесте.</p> <p>Правильный ответ – 1 балл.</p>

	и реализация принципов открытости и доступности власти.	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
12.	Посещаемость		10	100% посещаемость
13.	Премияльные баллы		20	Написание эссе на тему «Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью на примере российских компаний» и публичное выступление на студенческих конференциях.
14.	Ответ на экзамене		30	<p>10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»,</p> <p>18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»,</p> <p>25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».</p> <p>100% посещаемость в течение семестра.</p>
15.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо

50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

собеседование, опрос

Тема 8. Инструментарий государственного PR

Медиарилейшнз государственных организаций.

Структура построения медиарилейшнз.

Управление СМИ и информацией: сходство и различие этих видов управления.

Производство и смысловое позиционирование новостей для СМИ.

Информационный эталон: понятие, виды (негативный эталон, позитивный эталон).

Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ.

Мероприятия для прессы: брифинги, пресс-конференции, пресс-туры.

Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиарилейшнз.

Возможности Интернет-коммуникаций для государственного PR.

Тема 11. Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти.

1. Коммуникативный подход к власти – основа ее легитимности.
2. Легитимность, легитимация и политическая коммуникация.
3. Медиатизация политики и медиалегитимация власти.
4. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий.
5. PR-методы повышения уровня легитимности.

Тестирование

Тема 11. Связи с общественностью как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти.

1. Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

- а. PR-партии;
- б. GR «Government Relations»;
- в. само – PR;
- г. государственный PR.

2. Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:

- а. не входят;
- б. входят;
- в. частично входят;
- г. частично не входят.

3. В основе событийного PR лежит:

- а. новость;
- б. забытое событие;
- в. черный PR;
- г. сенсация.

4. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

- а. высокой общественной репутации;
- б. низкого уровня общественного сознания;
- в. высокого общественного порицания;
- г. высокого уровня общественного сознания.

5. Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

- а. организация выборов, работа с кандидатами;
- б. организация подлинных мероприятий, учет предложений;
- в. организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений;
- г. организация специальных мероприятий, учет предложений.

6. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

- а. связи с органами власти;
- б. разведывательная деятельность;
- в. связи с общественностью;
- г. политические связи.

7. Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:

- а. Российская общественная инициатива;
- б. Пенсионных накоплений;
- в. бесплатных игр;
- г. Государственных услуг.

8. Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

- а. особенностей государственной структуры;
- б. внутренней политики;
- в. внешней политики;
- г. разведывательной деятельности.

9. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

- а. служба связей с общественностью;
- б. служба доставки;
- в. сервисная служба;
- г. служба занятости.

10. PR-технология, в рамках которой происходило постоянное взаимодействие руководителей и рабочих в немецких производственных компаниях, называлась:

- а. работой с персоналом;
- б. внутренним PR;
- в. социальным партнерством;
- г. кружками качества.

11. Определите критерий политической рекламы, соответствующий предложенным в информационном материале определениям:

- а) периодичность;
- б) платность;
- в) бесплатность;
- г) анонимность.

12. В психологическом плане политическая реклама — это сообщение, обладающее собственной структурой, включающей три основных компонента. Какой из предложенных ниже компонентов не входит в психологическую структуру политической рекламы:

- а) когнитивный;
- б) аффективный;
- в) регулятивный;
- г) коммуникативный?

13. Определите, кто из перечисленных ниже специалистов предложил функциональную классификацию видов политической рекламы:

- а) Ф. Коттлер;
- б) Л. Девлин;
- в) А. Дейян;
- г) Е. Егорова-Гантман.

14. Какая из перечисленных ниже форм может быть отнесена к косвенной политической рекламе:

- а) листовки;
- б) рекламные ролики в электронных СМИ;
- в) акции благотворительного характера, осуществляемые кандидатом или от его имени;
- г) именные письменные обращения (direct-mail)?

15. Определите среди перечисленного ниже жанр печатной политической рекламы:

- а) «замещенное выступление»;
- б) листовка;
- в) спот;
- г) политический комментарий.

16. Какой из предложенных видов телевизионной политической рекламы не может быть отнесен к жанру «замещенного выступления»:

- а) спот;
- б) видеоклип;
- в) видеоролик;
- г) интервью?

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-2)

1. Соотношение понятий «реклама» и «связи с общественностью».
2. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах.
3. Система государственного управления в современной России.
4. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти.
5. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти.
6. Виды и особенности планирования PR-деятельности в государственных структурах.
7. Принципы и структура стратегического планирования в связях с общественностью.
8. Прикладной подход к организации проектной PR-деятельности.
9. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью в органах власти.
10. Современные задачи в обеспечении информационной политики госструктур.
11. Схема организации PR-работы в организации.
12. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ.
13. Противодействие негативной информации СМИ.
14. Организация и ведение официального сайта.
15. Блоги и блогосфера: общие понятия.

16. Блоги государственных чиновников.
17. Связи с общественностью в органах власти и работа в социальных сетях.
18. Организация службы маркетинга и коммуникаций в промышленности.
19. Организация службы маркетинга и коммуникаций в коммерческих структурах.
20. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет.
21. Структура построения медиарилейшнз.
22. Организация специальных событий в связях с общественностью госструктур.
23. Работа госструктур с общественностью и целевыми аудиториями.
24. Издание печатной продукции как элемент формирования внутрикорпоративной культуры госструктуры.
25. Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти.
26. PR-кампании по продвижению территорий: определение и особенности.
27. Виды информационно-пропагандистских кампаний: целевой подход.
28. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.
29. Подразделения по связям с общественностью в органах власти и других государственных организациях.
30. Социальная реклама как инструмент государственной информационной политики.

Типовые задания для экзамена (ПК-2)

1. Ситуационный кейс. Вы назначены руководителем управления маркетинга и коммуникаций в одном из ведущих банков страны. Ваши первые шаги на этой должности? Ваши предложения менеджменту банка для продвижения продуктов и услуг банка?
2. Ситуационный кейс. В региональный орган исполнительной власти поступил запрос от гражданина Н. с просьбой исправить ситуацию с парковками в центре города. Параллельно гражданин Н. опубликовал гневный пост с фотографиями об отсутствии парковок у ряда учреждений, расположенных в центре города. Как медийно успокоить ситуацию и правильно ответить на письмо гражданина Н.?

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-2	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный и иллюстративный материал (примеры из практики, таблицы, графики и т.д.). На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-2	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решения имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений.

«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практики целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование соответствия заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рушин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гульятеева В. Ю. Связи с общественностью в органах власти : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/455586>
2. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 267 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/454152>
3. Васильева М. М., Елина С. Б., Жеглова Ю. Г., Мехонцев В. В., Монахов В. Н., Погребенков В. И., Репко С. И., Чащихин Б. Д. Связи с общественностью в органах власти : Учебник для вузов. - пер. и доп.; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 366 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450085>

6.2 Дополнительная литература:

1. Гринберг Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект : монография. - Москва: Московский Государственный Университет, 2012. - 325 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595580>
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама : учеб. пособие для вузов. - изд. 2-е, испр.. - 2012. - 280 с.
3. Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швеиц, Е. В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «реклама и связи с общественностью». - 2025-03-01; Теория и практика массовой информации. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
4. Антипов, А. А. Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности : учебное пособие. - 2022-04-04; Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности. - Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2016. - 18 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>

6.3 Методические разработки:

1. Гринь, С. Н. Связи с общественностью : методическое пособие (курс лекций). - Весь срок охраны авторского права; Связи с общественностью. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 183 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>

6.4 Иные источники:

1. Библиотека научной и учебной литературы - <http://sbiblio.com>
2. Библиотека портала - http://www.edu.ru/index.php?page_id=242
3. Институт развития прессы - <http://www.pdi.ru/>
4. Каталог образовательных интернет-ресурсов - http://www.edu.ru/index.php?page_id=6
5. Общественная коллегия по жалобам на прессу - <https://presscouncil.ru>
6. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - www.wciom.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 10

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Polpred.com Обзор СМИ (электронный архив публикаций информагентств). – URL: <https://polpred.com>

2. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

3. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.