

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа современных социальных наук (факультет)

Утверждаю
Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В. Ломоносова

академик Г.В. Осипов

_____ 20_ г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Связи с общественностью»**

для бакалавров по направлению подготовки:

38.03.03 «Управление персоналом»

Направленность (профиль) подготовки: «Общий»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН
2021 года, протокол № 6

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по программам бакалавриата, программам магистратуры по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (уровень высшего образования – бакалавриат), 38.04.03 «Управление персоналом» (уровень высшего образования – магистратура) в МГУ имени М.В. Ломоносова. Образовательный стандарт МГУ по направлению подготовки утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В. Ломоносова от 28 декабря 2020 года (протокол №7).

Год (годы) приема на обучение _____

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к дисциплинам вариативной части, профессиональный блок. Данная дисциплина утверждена учебным планом в 5 семестре

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть):

Входные требования для освоения дисциплины (модуля) включают в себя освоение следующих дисциплин:

- «Социальная психология»
- «Экономическая социология»
- «Экономика»

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-2. Способен применять философские категории, анализировать философские тексты и учитывать философские проблемы при решении социальных и профессиональных задач.</p>	<p>Знать: специфику и природу, и особенности философской картины мира; Уметь: применять наиболее распространенные категории социальной философии при анализе деятельности социальных систем; Владеть: навыками применения философских методов при решении прикладных управленческих задач;</p>
<p>УК-7. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Знать: основы теории коммуникации, проблемы культурной идентичности и межкультурных контактов; Уметь: сохраняя национальную идентичность, избегать этноцентризма; соблюдать нормы этикета, моральные и культурные нормы; Владеть: способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения;</p>
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных для решения задач в сфере управления персоналом</p>	<p>Знать: способы сбора, обработки и анализа данных для решения управленческих задач; Уметь: уметь применять на практике современный инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы; Владеть: навыками сбора и анализа информации бизнес-анализа;</p>
<p>ПК-1. Способен осуществлять сбор, анализ и обработку научной информации по тематике исследования, проводить анализ стандартных текстов по управлению персоналом в соответствии</p>	<p>Знать: современные источники информации и информационно-коммуникационные технологии; Уметь: применять информационные технологии для решения управленческих задач; Владеть: навыками оптимального выбора информационных технологий для решения практических задач;</p>

с поставленными задачами.	
----------------------------------	--

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144ч., из которых 72 часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 72 часов составляет самостоятельная работа обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

5.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий (в строгом соответствии с учебным планом)

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Номинальные трудозатраты обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося, академические часы	Всего академических часов	Форма текущего контроля успеваемости*
	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы				
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
Раздел 1. Концепция связей с общественностью в эпоху глобализации Тема 1 История развития связей с общественностью в мире.	6	6	12	24	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 2 Связи с общественностью как	6	6	12	24	Устный опрос,

коммуникативная дисциплина					обсуждение докладов, эссе
Тема 3 Связи с общественностью как особый вид управления	6	6	12	24	Устный опрос, обсуждение докладов
Раздел 2. Связи с общественностью в системе коммуникации Тема 4 Особенности кризисных коммуникаций	6	6	12	24	Устный опрос, обсуждение докладов, контрольная работа
Тема 5 PR-технологии в формировании имиджа лидера, компании, страны.	6	6	12	24	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 6 Инструменты и методы связей с общественностью	6	6	12	24	Устный опрос, обсуждение докладов, практическое задание
Промежуточная аттестация (зачет(ы) и (или) экзамен(ы))					
Итого	36	36	72	144	—

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел I. Концепция связей с общественностью в эпоху глобализации.

Тема 1. История развития связей с общественностью в мире. Основные понятия и определения.

Возникновение и развитие связей с общественностью. Становление связей с общественностью как области знаний и сферы деятельности. Развитие связей с общественностью в Америке, Европе и России. Основные термины и понятия. Цели, принципы, функции связей с общественностью.

Тема 2. Связи с общественностью как коммуникативная дисциплина

Базовые модели коммуникации (К.Шеннон и У.Уивер; Р.Якобсон; Г.Лассуэлл и ее расширенная модификация Р.Брэдока,; циклическая модель У.Шрамма.) Модель коммуникации Дж.Грюнинга. Информационно-коммуникационная концепция власти К.Дойча. Концепция средств коммуникации Н.Лумана. Типология коммуникации: вербальные, невербальные; вертикальные и горизонтальные; личностные, межличностные, групповые, внутригрупповые, массовые; формальные и неформальные. Обратная связь в политической коммуникации. Процесс понимания в когнитивных теориях: понимание значения сообщений, намерений коммуникатора, понимание причины их поведения.

Тема 3. Организация и проведение PR-кампании.

Деятельность PR-служб в центральных и местных органах власти: общие принципы, технологии, направления работы. Общественные партнеры PR-служб. Работа с зарубежными

СМИ. Исследования в PR. Базовые PR-документы. Определение понятий: PR-концепция, PR-акция, PR-проект. PR-проекты в международной политике. Зарубежный опыт работы PR-служб. Особенности PR-кампании для коммерческих структур. Планирование PR-кампании: анализ ситуации, цели, стратегия, тактика, действие, контроль. Четыре основных этапа разработки и реализации PR-кампании: исследование, планирование, коммуникации, оценка.

Раздел II. Связи с общественностью в системе международной коммуникации

Тема 4. Особенности кризисных коммуникаций.

Кризис и конфликт. Типология кризисов. Управление во время кризиса. Коммуникация в ситуации кризиса. Преодоление кризисной ситуации инструментами связей с общественностью. Спиндоктор. Управление кризисными ситуациями в рамках информационной кампании.

Тема 5. PR-технологии в формировании имиджа лидера, компании, страны.

Понятия бренда, имиджа, образа, репутации и авторитета. Формирование имиджа политического лидера и властных структур. Имидж и субъективный образ. Имидж как теоретический и практический феномен: от античности до современности. Структура и типология имиджей. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Инструментарий имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат и вербализация. Имидж компании. Имидж страны.

Тема 6. Инструменты и методы связей с общественностью

Инструменты и методы: прием, церемонии открытия, презентации, конференции, ярмарки, выставки, круглые столы. Спонсорство: цели, типы. Правовые вопросы спонсорства.

6. Фонд оценочных средств (ФОС, оценочные и методические материалы) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Семинарские занятия

Занятие 1. Семинар – развернутая беседа на тему: «Предмет и метод теории менеджмента».

Цель семинарского занятия: рассмотреть предмет и методы управленческой науки, ее основные теории и школы.

Задачи:

- знать, что представляет собой менеджмент, как профессиональная деятельность и как академическая наука;
- ориентироваться в многообразии методов прикладных исследований управленческой науки;
- знать базовые менеджерские понятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика различных трактовок термина «менеджмент».
2. Взаимоотношение понятий «управление» и «менеджмент»: экспертное мнение и стереотипы общественного сознания.
3. Трансформация содержания понятия «менеджмент» в общественном сознании.
4. Специфические особенности менеджмента в России и других странах.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка эссе 1, 2.
Подготовка рефератов 1, 2.
Практические задания: 1; тесты к теме №1.
Литература основная: 3.
Литература дополнительная: 1.

Семинар по теме 1.

Вопросы для обсуждения:

1. Многообразие определений связей с общественностью
2. Предмет и объект связей с общественностью
3. Соотношение понятий и функций: связи с общественностью и реклама, связи с общественностью и пропаганда, связи с общественностью и маркетинг.
4. Основные функции связей с общественностью.
5. Особенности развития связей с общественностью в России.
6. Сходства и различия связей с общественностью в Великобритании и Франции.
- 7.

Семинар по теме 2.

Вопросы для обсуждения:

1. Виды и модели коммуникации
2. Формирование коммуникативных технологий в античности.
3. Эпоха Средневековья, эпоха Возрождения и их методы коммуникационного воздействия.
4. Невербальная коммуникация.
5. Семиотическая коммуникация.

Семинар по теме № 3 . Вопросы для обсуждения:

1. Что такое PR- кампания?
2. Как оценить эффективность PR-кампании?
3. Опишите 4-х этапный процесс планирования PR-кампании?

Семинар по теме № 4. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое кризис? В чем отличие криза от конфликта?
2. Типология кризисных ситуаций?
3. Почему кризис, с одной стороны, проблема, а с другой - возможность?
4. Каков план действий во время кризисных ситуаций?
5. Кто такой спиндоктор? Спиндоктор и журналист: сходство и отличие

Семинар по теме №5. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое имидж?
2. Классификация имиджа?
3. Корпоративный имидж. Его структура
4. Формирование имиджа страны

Семинар по теме №6. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое специальные мероприятия?
2. Что такое церемония открытия?
3. Перечислите основные направления спонсорства
4. Что такое выставка? Ярмарка? Классификация?

Темы рефератов по дисциплине

1. Использование средств PR при продвижении товаров/услуг.
2. Создание и поддержание корпоративных мифов в коммуникациях предприятия средствами PR.
3. Роль стереотипов в поддержке и продвижении бренда.
4. Специфика PR-деятельности предприятия в Интернете.
5. СМИ как основной канал применения PR-технологий. Оценка СМИ как каналов коммуникации.
6. Принципы взаимоотношений PR-специалистов с журналистами при проведении PR-мероприятий.
7. Текстовый инструментарий PR-коммуникаций.
8. Язык и стиль публичного выступления топ-менеджера.
9. Организация работы PR-агентства.
10. Программирование и планирование работы по связям с общественностью.
11. Особенности развития российского рынка PR-услуг.
12. Применение креативных технологий в PR.
13. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
14. Экономическая оценка PR-проектов.
15. Методы оценки PR-деятельности и основные параметры оценки эффективности PR-акции..
16. Правовые основы связей с общественностью.
17. Принципы взаимоотношений PR-специалистов с журналистами и потребителями.
18. Использование средств PR при формировании потребительских стереотипов.
19. Формирование публичности и построение репутации предприятия в отношениях с инвесторами.
20. Объекты и инструменты лоббирования.
21. Задачи PR-службы организации в антикризисном управлении.
22. Ключевые правила достижения публичности.

23. Деловое общение как элемент публичности.
24. Конструирование персонального имиджа российского бизнес-лидера.
25. Маркетинговая характеристика компании как основа формирования корпоративного имиджа.
26. Корпоративная социальная ответственность: особенности подхода к целевым аудиториям в России.
27. PR в социальных программах российского бизнеса.
28. Корпоративная вечеринка в PR-стратегии предприятия.

Темы эссе по дисциплине

- 1 Почему я выбрал направление «Реклама и связи с общественностью».
- 2 Реклама и ее роль в жизни общества.
- 3 Реклама – двигатель торговли.
- 4 Почему так популярна специальность PR-специалиста в современном мире?
- 5 Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе.
- 6 Мир без рекламы.
- 7 Образ женщины в российской рекламе.
- 8 Образ пенсионера в российской рекламе.
- 9 Роль стереотипов в рекламе
- 10 Мем как часть интернет-контента в социальных сетях.
- 11 Я блогер.
- 12 Я креативная личность.
- 13 Интернет в жизни современного человека.
- 14 Социальная сеть как основа современной культуры.
- 15 Влияние социальной рекламы на общество.
- 16 Возможности социальных сетей как средства массовой коммуникации.
- 17 Средства массовой информации как фактор формирования общественного мнения.
- 18 Свобода как условие реализации личности.
- 19 Известная личность в рекламе.
- 20 Имидж.
- 21 Молодежь.
- 22 Проблемы формирования экологического сознания в России.
- 23 Согласны ли вы с высказыванием: «Реклама есть искусство целиться в голову, чтобы попасть в карман» Ванс Пакард?
- 24 Юмор в рекламе.
- 25 Креативность как качество личности PR-специалиста.
- 26 Будущее печатных СМИ (газеты, журналы).
- 27 Согласны ли вы с высказыванием: «Чем выше цена, тем более желанным становится товар в глазах покупателя»?
- 28 Согласны ли вы с высказыванием: «Ничто не существует реально, пока это не покажут по телевизору»?
- 29 Согласны ли вы с высказыванием: «Реклама убивает возможность выбора»?

Список практических заданий по дисциплине

1 Предложите комплекс мероприятий для перевода товара из одного вида спроса в другой. Определите категорию товара, с которым вы будете работать, обоснуйте свои предложения. Представьте варианты, предложенные группой, для обсуждения.

- Спрос отрицательный – нужно создать спрос.
- Спрос нулевой – нужно стимулировать спрос.
- Спрос скрытый – нужно сделать его реальным.
- Спрос падающий – нужно его восстановить.
- Спрос колеблющийся – нужно его стимулировать.
- Спрос полноценный – нужно его стимулировать.
- Спрос чрезмерный – нужно его снизить.
- Спрос нерациональный – нужно его снизить.

2 Предложите программу продвижения на российском рынке прорезывателя зубов иностранного производства. Используйте максимум инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций. Представьте полученный результат для обсуждения в группе.

Справочная информация

В 2011 году на российский рынок вышла первая партия прорезывателей зубов французского производства; стоимость 800 рублей. Специалисты отделов продаж специализированных магазинов комментировали ситуацию следующим образом:

- никто не будет платить 800 рублей за кусок каучука;
- прорезыватель можно купить за 50 рублей;
- сетевые магазины не согласятся брать этот товар;
- это не будет продаваться с полок.

Для разработки программы продвижения вам необходимо выделить:

- целевую аудиторию;
- потребительский инсайт;
- сформулировать бренд-промис;
- определить достоинства товара (рациональные характеристики и эмоциональные характеристики);
- сформулировать потребительские предрассудки;
- разработать комплексную программу продвижения.

3 Ознакомьтесь с реальной программой продвижения данного продукта и ответьте на вопросы: что вам удалось сделать правильно? В чем вы ошиблись?

Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

1. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды +
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

2. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития +
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:
- а) следят за соблюдением режима секретности
 - б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
 - в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы +
4. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:
- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании +
 - б) право общения со СМИ от своего имени
 - в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения
5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:
- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
 - б) облегчает задачу интервьюируемому
 - в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму +
6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:
- а) ближе к входу в зал
 - б) рядом с хозяевами +
 - в) напротив хозяев
7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:
- а) увеличение премиального фонда для персонала
 - б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
 - в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту +
8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:
- а) последовательность и регулярность коммуникаций +
 - б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
 - в) усиление контроля на всех рабочих местах
9. Интервью:
- а) художественное описание работы фирмы
 - б) обзор событий
 - в) беседа в форме вопросов и ответов +
10. ПР-отдел организации средних размеров может возглавлять:
- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
 - б) вице-президент по связям с общественностью +
 - в) менеджер по связям с общественностью
11. Фандрайзинговая деятельность:
- а) сбор средств на решение социально значимой проблемы +
 - б) участие в работе фондовой биржи
 - в) пожертвование средств на благотворительные цели
12. Первая самостоятельная американская ПР-фирма имела название:
- а) «Уильям Болдуин»

- б) «Паблिसити-бюро» +
- в) «Паркер энд Ли»

13. Роль ПР-персонала в принятии стратегических решений определяется:

- а) вхождением ПР-специалиста в состав «руководящей команды» +
- б) компетентностью ПР-менеджера
- в) финансовым обеспечением ПР-службы

14. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

- а) не более 10 минут
- б) 2-3 минуты
- в) 20 минут +

15. К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

- а) опосредованный характер +
- б) непосредственный характер
- в) совпадение по времени

16. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью ПР-проекта было:

- а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования
- б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика +
- в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

17. Управленческая компетенция специалиста ПР предполагает:

- а) владение иностранными языками
- б) знание математических методов обработки информации
- в) стратегическое мышление +

18. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, ПР-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:

- а) налаживать тесное сотрудничество с властями
- б) применять научные методы изучения общественного мнения +
- в) распространять информацию об организации

19. Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», — это средство финансовых коммуникаций:

- а) экономическое обозрение
- б) корпоративная брошюра
- в) годовой отчет компании +

20. Основной недостаток подчинения ПР-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:

- а) руководитель ПР-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации
- б) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации +
- в) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

1. Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации:

- а) повысить эффективность коммуникаций +

- б) добиться роста банковских кредитов
- в) снизить себестоимость продукции

22. Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных ПР-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

- а) 28
- б) 108 +
- в) 90

23. Контроль исполнения решений, разработанных и принятых взаимодействующими партнерами, проводится на следующем этапе механизма взаимодействия госструктур и общественных объединений:

- а) четвертом
- б) третьем
- в) пятом +

24. Движение от базового состояния субъектов взаимодействия и их отношений к результату, сокращающему разрыв между базовым состоянием и целью, есть план:

- а) рабочий
- б) перспективный +
- в) предварительный

25. Разного вида “мозговые атаки” в основной части переговоров используются для нахождения наиболее приемлемого:

- а) автора, подающего идею
- б) маркетингового проекта
- в) варианта решения +

26. Заставить покупателя действовать так, как ей хочется, частная организация может только посредством:

- а) вооруженного насилия
- б) скрытой рекламы, действующей на подсознание +
- в) высокого уровня сервиса

27. Регулируемый законом процесс реализации права и государства, наделяющий качеством быть юридическим лицом гражданской нации, называется:

- а) публично-правовым +
- б) политико-правовым
- в) социально-правовым

28. В определении СМИ как “четвертой власти” отражается их ведущая роль в:

- а) структуре бизнеса и экономики
- б) количестве информационных средств
- в) формировании общественного мнения +

29. По данным социологических служб человек испытывает воздействие СМИ приблизительно:

- а) четвертую часть времени бодрствования +
- б) все время бодрствования
- в) половину времени бодрствования

30. Способ урегулирования конфликтных ситуаций и разрешения противоречий на основе поиска компромиссов и снятия взаимных обвинений участвующих сторон, есть:

- а) диалог
- б) переговоры +
- в) конференция

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Примерные вопросы к итоговой аттестации по дисциплине

1. Что такое коммуникация? Какие модели и виды коммуникации Вы знаете?
2. Что представляет собой современная концепция связей с общественностью? Назовите наиболее существенные признаки.
3. В чем отличие PR от таких процессов целенаправленного воздействия, как пропаганда и реклама? В чем основные различия PR бизнес-структур и органов власти?
4. Какова специфика международных PR? Охарактеризуйте цели и задачи, а также направления деятельности международных PR? Охарактеризуйте основных общественных партнеров государственных PR-служб.
5. По каким критериям анализируется общественное мнение в целях PR? Каковы возможности целенаправленного формирования общественного мнения и от чего они зависят?
6. Что такое целевая группа? Каковы главные критерии определения целевых групп в PR-деятельности? Назовите основные каналы информирования целевой аудитории.
7. Что такое теория повестки дня?
8. Как влияют СМИ на аудиторию? Кто такие лидеры мнений? От кого зависят СМИ в России?
9. Какие Вы знаете международные проекты по воздействию на общественное мнение? Дайте характеристику.
10. Что такое национальная идентичность? Как она соотносится с образом страны? Какой образ России формируется сегодня в российском обществе? В российских СМИ?
11. Какой образ России формируется сегодня в СМИ? Какие аспекты развития современного общества нужно учитывать при формировании имиджа страны?
12. С какими трудностями связано создание и укрепление положительного странового имиджа? Охарактеризуйте международный имидж России в формирующейся системе глобального информационного общества.
13. Какие способы формирования и продвижения имиджа государства Вы знаете?
14. Субъект, объект, цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью.
15. Теория коммуникация - базовая основа PR-технологии. Типология коммуникации. Модели коммуникации. (Г.Лассуэл, П.Лазерсфельд и тд)
16. Основные подходы к определению PR. 4 модели PR по Дж.Грюнину.
17. Модели практической деятельности связей с общественностью. (Барнаум, Ли, Бернейз)
18. Формирование коммуникативных технологий в античности. Ораторское искусство. «Риторика» Аристотеля. Цицерон. Эпоха Средневековья, эпоха Возрождения и их методы коммуникационного воздействия.
19. Развитие PR в Америке.
20. Развитие PR в Великобритании.
21. Развитие PR ВО Франции
22. Лоббирование. Лоббирование в Америке, России.
23. Семиотический уровень коммуникации.
24. Кризисная коммуникация. Типы кризисов. Особенности PR в условиях кризиса.

25. Новостная сфера ПР. Спин-доктор
26. Воздействие как функция ПР- коммуникации. Условия, обеспечивающие эффективность воздействия.
27. Понятие общественное мнение. Функции и структура общественного мнения. Э.Ноэль –Нойман.
28. Формирование общественного мнения с помощью связей с общественностью. Способы манипулирования общественным мнением.
29. Понятие имидж. Структура и функции имиджа. Социологический подход к изучению имиджа.
30. Связи с общественностью в современной РОССИИ: хронология, развитие, тенденции.

Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям. Самостоятельная работа включает: проработку конспекта лекций и учебной литературы, поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, а также выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях.

Одним из важных методов самостоятельной работы студента является работа с научной литературой. При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Основные приемы можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что выходит за рамки официальной учебной деятельности и расширяет общую культуру);
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит экономить время);
- определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);
- если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;
- следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно

читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с научной литературой, предполагает соблюдение ряда правил. Прежде всего, при такой работе необходимо сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути, невозможен формальный, поверхностный подход, механическое заучивание, простое накопление цитат, выдержек. При работе над книгой требуется определенная последовательность.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение. Первый раз целесообразно прочитать книгу с начала до конца, чтобы получить о ней цельное представление. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Важная роль принадлежит библиографической подготовке студентов. Она включает в себя умение активно, быстро пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

В рамках учебной деятельности основным для студентов является изучающее чтение – оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня их самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой является написание реферата.

Целью написания реферата является приобретение навыков самостоятельной работы с литературой с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

Реферат более объемный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

Слово "реферат" (от латинского – *referre* – докладывать, сообщать) означает сжатое изложение в устной или письменной форме содержания какого-либо вопроса или темы на основе критического обзора информации.

При подготовке реферата необходимо соблюдать следующие правила. Определить идею и задачу реферата. Следует помнить, что реферат будут читать другие. Поэтому постоянно задавайте себе вопрос, будет ли понятно написанное остальным, что интересного и нового найдут они в работе.

Ясно и четко сформулировать тему или проблему. Она не должна быть слишком общей.

Найти нужную литературу по выбранной теме. Составить перечень литературы, которая обязательно должна быть прочитана.

После предварительной подготовки следует приступить к написанию реферата. Прежде всего, составить план, выделить в нем части.

Введение, в котором раскрывается цель и задачи сообщения; здесь необходимо сформулировать социальную или политическую проблему, которая будет проанализирована в реферате, изложить своё отношение к ней, то есть мотивацию выбора; определить особенность постановки данной проблемы авторами изученной литературы; объяснить актуальность и социальную значимость выбранной темы.

Основная часть. Разделы, главы, параграфы основной части должны быть направлены на рассмотрение узловых моментов в теме реферата. Изложение содержания изученной литературы предполагает его критическое осмысление, глубокий логический анализ.

Каждый раздел основной части реферата предполагает детальное изучение отдельного вопроса темы и последовательное изложение структуры текстового материала с обязательными ссылками на первоисточник. В целом, содержание основной части должно отражать позиции отдельных авторов, сравнительную характеристику этих позиций, выделение узловых вопросов дискурса по выбранной для исследования теме.

Студент должен показать свободное владение основными понятиями и категориями авторского текста. Для лучшего изложения сущности анализируемого материала можно проиллюстрировать его таблицами, графиками, сравнением цифр, цитатами.

Заключение. В заключении автор реферата должен сформулировать личную позицию в отношении изученной проблемы и предложить, может быть, свои способы её решения. Целесообразно сделать общие выводы по теме реферата и ещё раз отметить её актуальность и социальную значимость.

Список использованных источников и литературы.

Начать реферат можно с изложения яркого, впечатляющего факта, который требует пояснения. Далее изложение должно идти от простого – к сложному. Не останавливайтесь на подробностях. Главное требование к реферату - максимум пользы для читателя при минимуме информации.

В зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы): научно-проблемные и обзорно-информационные.

Научно-проблемный реферат. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по данной изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

Обзорно-информационный реферат. Разновидностями такого реферата могут быть:

- 1) краткое изложение основных положений той или иной книги, монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.) как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме по курсу дисциплины. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов;
- 2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме (теме, вопросу), опубликованных в различных журналах за тот или иной период, либо в сборниках («научных трудах», «ученых записках» и т.д.). Такой реферат может рассматриваться и как первоначальный этап в работе по теме курсовой работы.

Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Литература либо рекомендуется преподавателем, либо подбирается студентом самостоятельно, что является одним из элементов самостоятельной работы.

Объем реферата должен быть в пределах 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала. При оформлении реферата необходимо ориентироваться на правила, установленные для оформления курсовых работ.

Написание реферата и его защита перед преподавателем или группой предполагает, что студент должен знать правила написания и оформления реферата, а также уметь подготовить сообщение по теме своего реферата, быть готовым отвечать на вопросы преподавателя и студентов по содержанию реферата.

Роль студента: написание реферата имеет особенности, касающиеся: выбора литературы (основной и дополнительной); изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов); оформления реферата согласно установленной форме.

Критерии оценки:

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Важной частью самостоятельной работы студента является написание эссе.

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Стиль отражает особенности личности.

Эссе по содержанию бывают:

- описательные,
- повествовательные,
- рефлексивные,
- критические,
- аналитические,
- литературные и др

Признаки эссе

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. *Небольшой объем.*

Каких-либо жестких границ, не существует. Объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.

2. *Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.*

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

3. *Свободная композиция - важная особенность эссе.*

Эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

4. *Непринужденность повествования.*

Автору эссе важно установить доверительный стиль общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Считается, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

5. *Склонность к парадоксам.*

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. *Внутреннее смысловое единство*

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

7. *Ориентация на разговорную речь*

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен

восприниматься серьезно. Итак, при написании эссе важно определить (уяснить) его тему, определить желаемый объем и цели каждого параграфа.

Начните с главной идеи или яркой фразы. Задача - сразу захватить внимание читателя (слушателя). Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

Ошибки при написании эссе

1 Плохая проверка.

Не думайте, что можно ограничиться лишь проверкой правописания.

Перечитайте свои эссе и убедитесь в том, что там нет каких-либо двусмысленных выражений, неудачных оборотов и т. д.

2 Утомительные предисловия. Недостаточное количество деталей.

Слишком часто интересное эссе проигрывает в том, что представляет собой перечисление утверждений без иллюстрации их примерами. Для эссе характерны обычные клише: важность усердной работы и упорства, учеба на ошибках и т. д.

3 Многословие.

Эссе ограничены определенным количеством слов, поэтому вам необходимо разумно распорядиться этим объемом. Иногда это означает отказ от каких-то идей или подробностей, особенно, если они уже где-то упоминались или не имеют непосредственного отношения к делу. Такие вещи только отвлекают внимание читателя (слушателя) и затмевают основную тему эссе.

4 Длинные фразы.

Длинные фразы еще не доказывают правоту автора, а короткие предложения часто производят больший эффект. Лучше всего, когда в эссе длинные фразы чередуются с короткими. Не перегружайте эссе.

При написании эссе отбросьте слова из энциклопедий. Неправильное употребление таких слов отвлекает внимание, приуменьшает значение эссе.

Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения

Для подготовки к контрольным работам и тестам студентов рекомендуется:

Самостоятельно дать письменный ответ на вопрос, рассматриваемый в рамках учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере общественной жизни.

Качество письменной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников. При изложении материала следует стремиться к тому, чтобы каждое теоретическое положение было убедительно аргументировано и всесторонне обосновано, а также подкреплено практическим материалом.

Ключевым моментом в облегчении подготовки к **контрольным работам и тестам** является активная работа студентов на занятиях (внимательное прослушивание и тщательное конспектирование лекций, активное участие в практических занятиях) и регулярное повторение материала и выполнение домашних заданий. В таком случае требуется минимальная подготовка, заключающаяся в повторении и закреплении уже освоенного материала.

Устный опрос (По всем разделам дисциплины).

Преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, степень его усвоения.

Критерии ответов студентам во время устного опроса:

5 баллов	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, активно участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемые решения, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
3-4 балла	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность к самостоятельной работе.
1-2 балла	Студент демонстрирует фрагментарное знание основной теории. На занятиях ведет себя пассивно.
0 баллов	Студент не участвует в работе.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Критерии оценки презентации доклада (сообщения):

Презентация доклада (сообщения) на семинаре

9-10 баллов	Студент активно занимался подготовкой презентации, в том числе с использованием современной экономической литературы, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно ее содержания. Сама презентация логически построена, орфографически и стилистически грамотная, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес. Выступающему задают дополнительные уточняющие вопросы.
7-8 баллов	Студент занимался подготовкой презентации, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Сама презентация логически построена, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
5-6 баллов	Студент слабо занимался подготовкой презентации, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Сама презентация логически плохо построена, содержит орфографические и стилистические ошибки, не вызывает у присутствующих интереса.
менее 5 баллов	Студент не подготовил презентацию или она не отвечает критериям качества

Критерии оценки подготовленного эссе:

9-10 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал глубокое погружение в тему, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
7-8 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно глубокое погружение в тему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.
5-6 баллов	Присутствует нарушение структуры эссе. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
менее 5 баллов	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом.

Критерии оценки подготовленного реферата:

11-15 баллов	Реферат логически выстроен и содержание излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
6-10 баллов	В реферате не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует отдельную специализированную лексику, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, однако присутствуют отдельные незначительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
1-5 баллов	В реферате полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует отдельную специализированную лексику, допускает отдельные, но значительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют недостаточно обоснованные выводы.
менее 1 балла	Реферат содержит бессистемно представленный текст. Студент не ориентируется в источниках, не использует специализированную лексику, допускает большое количество значительных орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических

	ошибок. Текст реферата несамостоятельный, вторичный, отсутствуют выводы.
--	--

Критерии выполнения разбора кейса:

11-15 баллов	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы, а также правильно решает задачу
6-10 баллов	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы на вопросы, поставленные в кейсе.
1-5 баллов	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы.
менее 1 балла	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы

Круглый стол

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающиеся данной проблематикой, специалисты исследовательских центров и т.д.), внутри группы студентов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию.

Остальные студенты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини-выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на современные проблемы, возникающие в сфере делового общения, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают пути решения данных проблем. Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии выступлений студентов во время проведения «Круглого стола»:

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к круглому столу дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание иностранных и отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание только отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно

	формулировать проблемы, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры
1-2 балла	Выставляется студенту, если он неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Развернутая беседа

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана, занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в развернутой беседе:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, подобрал статистический материал, подтверждающий его позицию, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры из практики разрешения проблем в разных странах, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал;
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Дискуссия

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в дискуссии

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к дискуссии дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, собрал разнообразные примеры, подтверждающих позицию, демонстрирует знание российской и зарубежной практики по решению обозначенных проблем, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание отечественных работ по проблематике дискуссии, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Деловая игра

Ожидаемые результаты: научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и умения, которые потребуются для успешной реализации делового общения.

Критерии оценки участия студента в деловой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры продемонстрировал навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения. Проявил гибкость и креативность мышления, способность критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения, не смог критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.

«Мозговой штурм»

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов обсуждать спорные/ дискуссионные вопросы; повысить мотивацию неактивных студентов; сформировать банк идей для последующей работы, обсуждения

Критерии оценки участия студента в «мозговом штурме»

1-2 балла	Выставляется студенту, если он активно участвовал в мозговом штурме, в проведении и оценке результатов;
0 баллов	Выставляется студенту, если он не проявил активности в проведении и оценке результатов мозгового штурма.

Ролевая игра

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые были приобретены ими в ходе освоения учебной дисциплины.

Критерии оценки участия студента в ролевой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы, продемонстрировал гибкость и креативность мышления, способность отобрать необходимый материал, провести сравнительный анализ предложенных концепций и достойно отстоять выбранную позицию
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы в области социологии рождаемости, не смог критически осмыслить поставленную проблему и отобрать необходимый материал.

Коллоквиум

Коллоквиум представляет собой разновидность опроса студентов по пройденной проблематике, в центре которого стоят вопросы, задаваемые преподавателем. Преподаватель формулирует вопрос к одному из студентов, он дает свой ответ, затем остальные студенты имеют возможность дополнить ответ данного студента. Вопросы преподавателя могут вытекать один из другого, быть взаимосвязанными, наводящими, и т.п.

Критерии оценки участия студента в коллоквиуме:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, хорошо логически выстраивает ответ, приводит адекватные примеры, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию.
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал.
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал.
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Критерии оценки ответов на вопросы зачета:

40 баллов за вопрос	Выставляется студенту, если он обнаруживает всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; способен творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - владеет понятийным аппаратом дисциплины; демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики; подтверждает теоретические постулаты примерами из социальной практики
менее 40 баллов	Выставляется студенту, если он обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала; допускает принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета; демонстрирует незнание теории и практики социологии глобализации.

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена:

29-40 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
19-28 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.
9-18 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.
0-8 баллов	Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах

	экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.
--	---

Обоснование балльной системы оценки

Балльная структура оценки

Посещение лекций – **0,5 балла за посещение 1 лекционного занятия**

Активная работа на семинарах – **5 баллов (максимальное количество баллов за работу на 1 семинарском занятии)**

Презентация доклад (сообщения) на семинаре- **10 баллов**

Подготовка эссе – **10 баллов**

Подготовка реферата – **15 баллов**

Разбор кейсов – **8 баллов**

Практическое задание – **15 баллов**

Внутрисеместровая аттестация (внутрисеместровое тестирование) – 20 баллов

Итоговое испытание (зачет/экзамен)– 40 баллов

Шкала перевода баллов в традиционную шкалу оценки

Трудоемкость каждой учебной дисциплины рассчитывается по формуле: **50 баллов x количество кредитов — это 100%**.

1. Кредит – это единица измерения трудоемкости учебной дисциплины. Балл – это единица оценки качества выполнения работы студентом.

В балльно-рейтинговой системе 1 кредит соответствует 50 баллам.

Для перевода баллов, набранных студентом, в проценты необходимо использовать формулу:

$$z = \frac{100\% * y}{x}, \text{ где}$$

z — сумма набранных баллов студентом (%).

x — трудоемкость каждой учебной дисциплины (балл);

y — сумма набранных баллов студентом (балл).

Экзамен:

- $z > 85\%$ выставляется оценка «5»;
- $65\% < z < 85\%$ выставляется оценка «4»;
- $50\% < z < 65\%$ выставляется оценка «3»;
- $20\% < z < 50\%$ выставляется оценка «2»;
- $z < 20\%$ выставляется оценка «1».

Зачет:

- $z > 50\%$ выставляется оценка «зачет»;
- $z < 50\%$ выставляется оценка «не зачет»;

7. Ресурсное обеспечение:

7.1. Перечень основной и дополнительной литературы

А. Основная литература.

1. Алешина И.В. Паблик рилейшенз для менеджеров.-М., 2004.
2. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2016.
3. Вылегжанин Д.А. Введение в политическую имиджологию. – М., 2008.
4. Гринберг Т. Э. Политическая реклама: портрет лидера. – М., 1995.
5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004.
6. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник. М., 2012.
7. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. Учебное пособие для высшей школы; под ред. С.В.Резника, 2003.
8. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004.
9. Ракитянский Н.М. Политическая психология. Психологическое портретирование: учеб. пособие для академического бакалавриата. М., 2017.
9. Рожков И., Кисмерешкин В. Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты. – М., 2008.
10. Цыганов В.В., Бухарин С.Н. Информационные войны в бизнесе и политике. Теория и методология. – М., 2007.
11. Чумиков А., Бочаров М. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: «Дело», 2003.
12. Jefkins F. Public Relations. – London, 1992.

Б. Дополнительная литература.

1. Аронсон Э. и Пратканис Э. Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения. – СПб., 2002.
2. Блэк С. «Паблик рилейшнз». Что это такое? – М., 1990.
3. Василенко А.Б. ПИАР крупных российских корпораций. – М. 2001.
4. Василик М.А. Основы теории коммуникации. М.: Гардарика, 2006.
5. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. М., 2013.
6. Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. – М., 1998.
7. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. – СПб., 1997.
8. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000.
9. Имидж госслужбы. М., РАГС, 1996.
10. Катрин С. М. и др. Паблик рилейшнз. Теория и практика. Восьмое издание, М.-С. Пб. - Киев, 2001.
11. Лебедева Т.Ю. «Паблик рилейшнз». Корпоративная и политическая режиссура. – М., 1999.
12. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. – М., 1996.
13. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения. М., 2014.
14. Наполитано Дж. Электоральная игра. Пер. с англ. – Группа компаний «Никколо М», 2002.
15. Никитин А.И. Международные конфликты: вмешательство, миротворчество, урегулирование: Учебник. М., 2017.
16. Образы российской власти: От Ельцина до Путина. Под ред. Е.Б.Шестопал. М., 2008.
17. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998.

18. Почепцов Г.Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. – М., 2008.
 19. Расторгуев С.П. Информационная война. – М., 1998.
 20. Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. Паблик рилейншз. Теория и практика. Пер. с англ. – М., 2000.
 21. Филипп А. Буари. Паблик рилейншз или стратегия доверия. Пер. с франц. – М. 2001
 22. ХейвудР. Всео Public Relations. Пер. с англ. – М. 1999.
 23. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейншз, брендинг: -Москва: 2014.
 24. Шепель В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. – М., 1994.
 25. Шомова С. А. Политический интернет-мем: сущность, специфика, разновидности //Бизнес. Общество. Власть. – 2015.
 26. Green P.S. Winning PR Tactics. – London, 1994.
- Wilcox D.L., Nolte L.W. Public Relations. Writing and Media Techniques. – New York, 1995.

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подлежит обновлению при необходимости)

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем (подлежит обновлению при необходимости)

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.ecsocman.edu.ru – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- www.socionet.ru - портал по общественным наукам
- www.sshub.com - Информационный и поисковый портал по социальным наукам
Social Science Hub:
- Базы данных научной периодики и книг (НЭБ/Elibrary.ru, JSTORE (www.jstor.org), ProQuest (www.proquestdirect.com), EBSCO (www.ebsco.com).
- <http://www.isras.ru> - Институт социологии РАН;
- <http://isprras.ru> - Институт социально-политических исследований РАН;
- <http://www.isras.ru/socis.html> - журнал «Социологические исследования»;
- <http://www.vestnik.isras.ru> - «Вестник Института социологии»;

7.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для занятий предусматривается аудитория, позволяющая организовать фронтальное взаимодействие, а также интерактивное взаимодействие в группах и между группами обучающихся, а также современные технические средства обучения (видеопроекционное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, в зависимости от разрабатываемых проектов может понадобиться интерактивная доска и др.). Для организации самостоятельной работы имеется доступ к Интернет-ресурсам, учебникам и базам данных.

8. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в Общей характеристике ОПОП.

9. Разработчик (разработчики) программы к.соц.н., доц. Зимова Н.С.