

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего профессионального 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

«Социология связей с общественностью»

для бакалавров по направлению подготовки:

39.03.01 «Социология»

Направленность (профиль) ОПОП:

«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 направлению подготовки (специальности) 39.03.01 «Социология» (уровень бакалавриата); 39.04.01 «Социология» (уровень магистратуры) от 27 июня 2011 года, протокол №3 в редакции, утвержденной приказом МГУ имени М.В. Ломоносова от 30 декабря 2016 года №1680.

Год (годы) приема на обучение _____

. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к дисциплинам базовой части. Данная дисциплина утверждена учебным планом в 4 семестре, на 2 курс.

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

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

- *История*
- *Философия*
- *Культурология*
- *Психология*
- *Общая социология*
- *Русский язык и культура речи*

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>Компетенция ПК.2.Б: способностью под руководством специалиста более высокой квалификации составлять, оформлять и представлять результаты научной (фундаментальной и научно-прикладной) деятельности в соответствии с российскими и международными нормативными документами с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Уметь: представлять результаты научной деятельности с учётом особенностей потенциальной аудитории под руководством специалиста более высокой квалификации, в том числе уметь определять цели коммуникативной кампании в конкретной ситуации, определять особенности целевой аудитории и значимые для неё инструменты коммуникативной кампании, составлять основные необходимые на разных этапах кампании документы, разрабатывать критерии определения эффективности коммуникационной кампании;</p>
<p>Компетенция ПК.5.Б: способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в</p>	<p>Знать: основы разработки и реализации проектов в области аналитической и организационно-управленческой деятельности в сфере профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью, в том числе отличия связей с общественностью как профессиональной</p>

области аналитической и организационно-управленческой деятельности	деятельности от пропаганды, рекламы, лоббирования, публицити, маркетинга; виды и направления современных связей с общественностью; основные этапы, принципы, инструменты и особенности реализации коммуникационной кампании в сфере связей с общественностью; Уметь: реализовывать проекты (отдельные этапы) в области аналитической и организационно-управленческой деятельности под руководством специалиста более высокой квалификации в сфере профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью;
---	---

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, 144 ч., из которых 72 часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 72 часов составляет самостоятельная работа обучающихся.

5. Формат обучения: очный

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

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Номинальные трудозатраты обучающегося		Всего академических часов
	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы	Самостоятельная работа обучающегося, академические	

	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	часы	
Тема 1 Массовое сознание как объект воздействия рекламы.	4	4	9	17
Тема 2 Функции и роли рекламы в обществе. Дисфункциональные эффекты.	4	4	9	17
Тема 3 Реклама в системе ценностных ориентаций общества.	4	4	9	17
Тема 4 Отношение населения к рекламе.	4	4	9	17
Тема 5 Государство и реклама: грани взаимодействия.	4	4	9	17
Тема 6 Социологическое обеспечение рекламной кампании.	4	4	9	17
Тема 7 Социальная эффективность рекламы и социологические методы изучения рекламы.	4	4	9	17
Тема 8 Место рекламы среди способов воздействия на общественное мнение.	4	4	9	17
Промежуточная аттестация (зачет(ы) и (или) экзамен(ы))	4	4		8
Итого	36	36	72	144

Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Общественное сознание как объект рекламной деятельности.

Тема 1. Массовое сознание как объект воздействия рекламы. Появление социального слоя производителей товаров и услуг, заинтересованных в продвижении их к потребителю. Появление на рынке товарной массы, нуждающейся в рекламе. СМК и продажа информационного пространства. Мобильность вкусов, потребностей, ценностей индивида как отражение экономической, социальной, политической мобильности масс. Урбанизация и возникновение новых потребностей и условий для продвижения рекламного продукта. Повседневная жизнь и условия повседневности как фактор развития рекламы.

Массовое сознание как социальный феномен. Индивидуальное, групповое, специализированное сознание. Практическое сознание. Обыденное сознание. Общественное мнение. Учет специфики общественного сознания в рекламной деятельности. Массовая культура и реклама. Понятие культуры. Соотношение понятий элитарная, народная и массовая культура. Массовая культура и общество массового потребления. Процесс взаимного развития массовой культуры и рекламы. Специфика массовой культуры и массового сознания в рекламе. Массовая культура мегаполиса как объект рекламы.

Тема 2. Функции и роли рекламы в обществе. Дисфункциональные эффекты.

Функции системы СМК в массовом обществе: функция информирования, функция воспитания, функция снятия напряжения, функция коммуникации, функция организации поведения. Конкретно-исторический характер функций рекламы. Современное модернизационное общество и потенциалы адаптации населения к нововведениям. Дисфункциональные эффекты в рекламе: «наркотизирующий эффект»,

«эффект бумеранга», «принудительная социализация».

Раздел 2. Реклама в современном мире

Тема 3. Реклама в системе ценностных ориентаций общества. Понятие ценностей. Виды ценностей. Шкала ценностей (Милтон Рокич, Шалом Шварц). Формирование ценностных ориентаций в процессе социализации. Специфика восприятия ценностей в современном общественном сознании россиян. Использование ценностных ориентаций общества в рекламе. Реклама и формирование модели поведения. Механизмы стереотипизации, подражания, идентификации, редукции и профанации ценностей как инструмент. Социальное влияние рекламы. Политический режим как условие для функционирования рекламы. Особенности манипуляции при тоталитарном или авторитарном обществе. Особенности манипуляции демократическом режиме. Влияние рекламы общественные вкусы и ценности. Влияние рекламы на адаптацию новых поколений. Влияние

рекламы социокультурную среду.

Тема 4. Отношение населения к рекламе.

Манипулирование и влияние в рекламе. Механизмы и способы манипуляции: «приклеивание или навешивание ярлыков», «сияющие обобщения», «перенос» или «трансфер», «ссылка авторитеты», «свои ребята» или «игра простонародность», «подтасовка карт», «общий вагон» или «фургон с оркестром». Общественная критика рекламы «Реклама нарушает нормы языка».

«Реклама делает нас слишком материалистичными».

«Реклама манипулирует нами, заставляя совершать ненужные поступки». «Избыток рекламы». «Оскорбительный характер рекламы дурной вкус».

«Реклама утверждает стереотипы». «Лживый характер рекламы».

Запрещенные виды рекламы. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Неэтичная реклама. Заведомо ложная реклама. Скрытая реклама. Реклама с исчезающей приманкой. Нравственное регулирование
Международный кодекс рекламной практики.

Тема 5. Государство и реклама: грани взаимодействия. Формы сосуществования государства и средств коммуникации. Роль законодательства, профессиональных кодексов этики, неформализованных способов традиций, морали, общественного мнения) в регуляции рекламной деятельности. Реклама, государство целеполагание общественной жизни. Законодательство о рекламе в РФ.

Раздел 3. Изучение рекламы методами социологии

Тема 6. Социологическое обеспечение рекламной кампании.

Особенности рекламной аудитории в РФ. Факторы объективной готовности общества для продвигаемого товара. Факторы, определяющие выбор рекламоносителя для размещения рекламного сообщения:

традиций размещения рекламы в различных информационных источниках; особенности национальной информационной инфраструктуры; «природные» характеристики средств размещения рекламы; задачи рекламодателя; размер бюджета; характеристики товара на рынке; характеристики процесса принятия решения индивидом при покупке товара. Использование социологических методов на этапе разработки идеи рекламного сообщения. Стратегия и творчество при разработке рекламного сообщения. Текст и изображение. Проблема контекста. Идея как результат массового опроса. Творческая стратегия и ее реализация. Товарные категории и рекламная стратегия. Стратегии рационального эмоционального воздействия. Коммерческая предпосылка. Резюме творческой платформы. Решение об исполнении обращения.

Тема 7. Социальная эффективность рекламы и социологические методы изучения рекламы.

Выделение влияния рекламы на потребителя товара из других информационных каналов. Эффективность рекламы: экономическая, психологическая, коммуникативная. Методы эмпирического исследования. Выбор метода исследования в зависимости от цели, проблемной ситуации, объекта, предмета исследования. Этические нормы в процессе социологического исследования отношения людей к рекламе. Опрос в исследовании рекламной деятельности. Технология интервью как метода исследования в рекламе. Социометрические критерии предпочтения. Нравственный аспект опроса. Анализ документов в исследовании рекламы. Метод контент-анализа в исследовании рекламы. Наблюдение в рекламной кампании. Карта наблюдения за посетителями выставки, покупателями магазинов и т.д. Эксперимент в исследовании рекламы.

Тема 8. Место рекламы среди способов воздействия на общественное мнение.

Сущность общественного мнения. Реклама как способ воздействия и формирования общественного мнения. Проблема соотношения формирования и выражения общественного мнения. Массово-коммуникативная деятельность как процесс перевода в массовое сознание продуктов специализированного сознания, признанных актуальными.

Планы семинарских занятий:

Семинары 1. Массовое сознание как объект воздействия рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Становление института связей с общественностью. Понятие PR и многообразие научных подходов.
2. Роль связей с общественностью и инструменты органов государственной власти и местного самоуправления.
3. Оценка системы PR-службы государственного органа власти (структура, функции, публичность, персоналии). Методическая подготовка к практической работе по выбору студента.

Литература

Обязательная

Конституция Российской Федерации. — М., 1993. Любое издание.

Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного

самоуправления» // СЗ РФ. 2009. No 7. Ст. 776.
Катлип С. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М., Вильямс 2007 – 354 с.

Сайтэл, Фрейзер П. Современные паблик рилейшенз /Пер. с англ. О.В. Дубицкой и др. - М.:

Консалтинговая группа «Имидж-контакт»; Инфра-М, 2002. - 590 е.
Тучков С.М. Связи с общественностью в политических, государственных и муниципальных организациях. - М.: МАКС Пресс, 2001. 101 е
Дополнительная литература

Антипов К. В. Паблик рилейшенз: Учеб. пособие/К. В.Антипов, Ю. К. Баженов.-2-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2001. – 289 с.

Вопросы для обсуждения:

Семинары 2. Функции и роли рекламы в обществе. Дисфункциональные эффекты.

Концепция «изготовления публичной сферы».

1. Элементы системы публичных коммуникаций: институциональные, политические и социальные коммуникации. Роль связей с общественностью в самоорганизации общества на основе коммуникаций.
2. Паблицитный капитал как результат связей с общественностью-коммуникации. Развитие научного интереса к понятию коммуникации (системно-мыследеятельностная методология, бихевиоризм, символический интеракционизм и др).
4. Проблемы социальной коммуникации в работах М. Бубера, М. Бахтина и др.
5. Формулирование идеологии коммуникации.
6. Модели коммуникации: линейная модель (Г. Лассуэл), циркулярная (замкнутая модель) (В. Шрамм, К. Осгуд).
7. Основные понятия коммуникационного процесса: текст, код, дискурс. как

коммуникативная дисциплина.

Литература

Обязательная

Блэк К. Конкретный и конкурентный PR: прямое и эффективное руководство для специалистов по PR, имиджу и рекламе /пер. с англ. Д. Воронина. - М.: Эксмо, 2004. - 270 Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. СПб.:Питер, 2011.

Тощенко Ж. Т. Парадоксальный человек : [монография] : для студентов вузов

гуманитарно-социальных специальностей / Ж. Т. Тощенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - 543 с.

Дополнительная литература

Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления – СПб.: Изд-ва

«Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ» - 2002
Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. под ред. Д. В. Скляднева, послесл. Б. В. Маркова. — М.: Наука, 2000. — 380 с.
Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: Исследования относительно категории буржуазного общества = Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. — М.: Весь Мир, 2016. — 344 с.

Семинар 3. Реклама в системе ценностных ориентаций общества.

Вопросы для обсуждения:

1. Развитие представлений об общественном мнении в истории социальных идей.
2. Общественное мнение как предмет теоретического осмысления. Общественное мнение в теориях О. Конта, Г. Гегеля, Э. Ноэль-Нойман, К. Поппер, В.А.

Лекторский, Б.А. Грушин и др.

3. Работа с общественностью, влияние на общественное мнение.
4. Уровни организации социальной среды.
1. PR как система производства и конструирования благоприятной социальной среды

2. Понятие имиджа и его значение в коммуникационной сфере.
3. Непосредственные и опосредованные, реальные и предполагаемые,

настоящие, прошлые и будущие факторы способные оказать влияние на

развитие имиджа.

5. Технологии конструирования имиджа государственного органа власти.

Литература

Обязательная

Сайтэл, Фрейзер П. Современные паблик рилейшнз /Пер. с англ. О.В. Дубицкой и др. - М.: Консалтинговая группа «Имидж-контакт»; Инфра-М, 2002. - 590 е.

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : Учеб. пособие для студентов вузов/А.Н. Чумиков. –М.:Аспект Пресс, 2012 – С.67-82

Почепцов Г.Г. PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.- С.98-115

Тощенко Ж. Т. Парадоксальный человек : [монография] : для студентов вузов гуманитарно-социальных специальностей / Ж. Т. Тощенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - 543 с.

Дополнительная литература

Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. для вузов по экон. специальностям / Под ред. Г. А. Васильева.-М.: Изд. об-ние "ЮНИТИ", 2003-С.192-208

Джэй Э. Эффективная презентация. Пер с англ. – Минск: Амалфея, 2004.- С.204-287 Баркеро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире, 2008-С.176-209

Семинар 4. . Социологическое обеспечение рекламной кампании.

Практическая работа по макету аналитической работы.

1. Выбираете для анализа орган государственного или муниципального управления

(лого, ссылка на сайт, персоналии, позитивная и негативная публичная информация, контакты)

2. Представляете структуру и функции связей с общественностью в виде схемы
3. Описываете внутреннюю и внешнюю общественность для выбранного органа

власти

Литература

Основная

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : Учеб. пособие для студентов вузов/А.Н. Чумиков. –М.:Аспект Пресс, 2012 – С.67-82

Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления – СПб.: Изд-ва «Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ» - 2002

Дополнительная

Ворошилов В.В. Современная пресс-служба, учебник для вузов, Кнорус. 2016
Назайкин А.Н. Современное медиапланирование. – Солон- Пресс, 2016.

Семинар5. Социальная эффективность рекламы и социологические методы изучения рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство.
2. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Понятие новости. Система конструирования новостной информации. Технологии создания и усиления новости.
3. Основные материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.
4. Медиа-карта и ее продуктивное использование.
5. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR- рынка.
6. Пресс-клиппинг как PR - технология. Синописис

Литература

Обязательная

Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с учетом изменений, внесенных 25.12.2008 и 09.02.2009).

Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Боришполец К.П. Методы политических исследований : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подгот. "Политология", "Междунар. отношения" и "Регионоведение" / К. П. Боришполец. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 229 с.

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : Учеб. пособие для студентов вузов/А.Н. Чумиков. –М.:Аспект Пресс, 2012 – С.67-82. –С.122- 159

Почепцов Г.Г. PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.- С.186-209

Дополнительная литература

Ворошилов В.В. Современная пресс-служба, учебник для вузов, Кнорус. 2016
Назайкин А.Н. Современное медиапланирование. – Солон- Пресс, 2016.

Семинар 6. Место рекламы среди способов воздействия на общественное мнение.

Вопросы для обсуждения:

1.Защита и презентация авторских проектов «PR в органах государственного и муниципального управления»

2.Обсуждение результатов тестирования «Профессиональный уровень и компетенции PR- специалиста»

Литература

Обязательная

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : Учеб.

пособие для студентов вузов/А.Н. Чумиков. –М.:Аспект Пресс, 2012 – С.67-82 -С.86-103 Почепцов Г.Г. PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.- С.96-123

Дополнительная литература

Моисеев В. А. Паблик рилейшнз: Теория и практика/В. А. Моисеев.-2-е изд. - М.: ВИРА- Р: Омега-Л, 2001.-С.122-145

Сайт Российской ассоциации связей с общественностью [www. raso.ru](http://www.raso.ru)

7.Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)		Виды оценочных средств	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)			
			неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Знать	<p>основы разработки и реализации проектов в области аналитической и организационно-управленческой деятельности в сфере профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью, в том числе отличия связей с общественностью как профессиональной</p>	<p>Реферат №: 1-10; Тесты №: 1-10 Практические задания 1-2</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	<p>деятельности от пропаганды, рекламы, лоббирования,</p> <p>паблисити, маркетинга; виды и направления современных связей с общественностью; основные этапы, принципы, инструменты и особенности реализации коммуникационной кампании в сфере связей с общественностью;</p> <p>(ПК.5.Б);</p>					

Уметь	<p>представлять результаты научной деятельности с учётом особенностей потенциальной аудитории под руководством специалиста более высокой квалификации, в том числе уметь определять цели коммуникативной кампании в конкретной ситуации, определять особенности целевой аудитории и значимые для неё инструменты коммуникативной кампании, составлять основные необходимые на разных этапах кампании документы, разрабатывать критерии определения эффективности коммуникационной кампании; (ПК.2.Б);</p>	<p>Реферат №: 1-10; Тесты №: 1-10 Практические задания 1-2</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	<p>реализовывать проекты (отдельные этапы) в области</p>	<p>Реферат №: 1-10; Тесты №: 1-10</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные знания

аналитической и организационно-управленческой деятельности под руководством специалиста более высокой квалификации в сфере профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью; (ПК.5.Б);	Практические задания 1-2			рирован ные знания	систем атичес кие знания
--	--------------------------	--	--	--------------------------	-----------------------------------

Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения

Темы рефератов по дисциплине

1. Тенденции развития связей с общественностью в условиях глобализации и информационных войн.
2. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей.
3. Связей с общественностью как социальная технология формирования общественных ниш поддержки. Социологическая оценка состояния социальной среды.
4. Связи с общественностью как коммуникативная дисциплина.
5. Общественное мнение как направление профессиональной работы связей с общественностью.
6. Правовые и этические вопросы письменной коммуникации в государственных органах
7. Сущность и основные цели рекламы.
8. Основные права и обязанности сторон при изготовлении и распространении рекламных материалов.
9. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
10. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.

Список практических заданий по дисциплине

Практическое задание 1: «Разработка программы эмпирического социологического исследования в сфере в рекламы и связей с общественностью»:

1. Выбрать любой бренд X, представленный на российском рынке.
2. Проанализировать коммуникационную активность бренда X.
3. Разработать программу эмпирического исследования коммуникативной

эффективности рекламы бренда X.

Практическое задание 2: Деловая игра по теме: «Эмпирическое исследование коммуникативной эффективности рекламы посредством качественных методов»

1. Провести анализ качественных методов исследования коммуникативной эффективности рекламы.

1. Выбрать любой бренд Z, представленный на российском рынке.
2. Проанализировать коммуникационную активность бренда Z.
3. Разработать программу эмпирического исследования коммуникативной эффективности рекламы бренда Z с использованием качественных методов.
4. Провести эмпирическое исследование бренда Z внеаудиторно.

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. PR-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

Примерные вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие «социологическое обеспечение рекламной и PR-компании»
2. Особенности социологического анализа целевой аудитории
3. Основные принципы сегментирования рынка
4. Основные подходы к сегментированию рынка
5. Современные методы социологического анализа целевой аудитории
6. Особенности разработки и реализации исследовательской стратегии в сфере рекламы и связей с общественностью.
7. Разработка программы эмпирического социологического исследования в сфере в рекламы и связей с общественностью
8. Понятия «выборочная совокупность» и «репрезентативность выборки»
9. Требования к формулировке гипотезы эмпирического исследования
10. Специфика предварительной проверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании

11. Качественные методы исследования предварительной проверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании
12. Методика фокус-группы
13. Проективные методики
14. Методы тестирования коммуникационных продуктов
15. Специфика методов постпроверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании
16. Опрос как метод постпроверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании
17. Наблюдение как метод постпроверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании
18. Анализ документов как метод постпроверки коммуникативной эффективности рекламной и PR-кампании
19. Требования к подготовке рекомендаций по повышению коммуникативной эффективности рекламы и связей с общественностью
20. Рекомендации по оптимизации рекламной и PR- стратегии
21. Рекомендации по оптимизации креатив-идеи коммуникационного продукта
22. Рекомендации по усилению локальных психологических эффектов восприятия коммуникационного продукта

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 рамками 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 на сколько осознанна 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 приступать 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; выступление 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. Продemonстрировал 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 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»;

8. Ресурсное обеспечение:

А. Основная литература.

1. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности. Учебник.- М.:РИОР:Инфра-М,2018.-235с. 20 экз.

2. Баллод, Б.А. Методы и средства социологических исследований : учебное пособие / Б.А. Баллод. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 184 с. — ISBN 978-5-8114-3778-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/122170> (дата обращения: 18.02.2020).

Б. Дополнительная литература.

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> (дата обращения: 18.02.2020).

2. Рекламный дискурс и рекламный текст : монография. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-9765-1112-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/85903> (дата обращения: 18.02.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
Britannica - www.britannica.com Постнаука - <http://postnauka.ru/>

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 (видеопроекторное 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.

9. Язык преподавания: русский.

10. Преподаватели: Леденёва Виктория Юрьевна.

11. Автор программы: Леденёва Виктория Юрьевна.