


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю
Декан факультета
социологии и управления

 П.Е. Кричинский
«28» июня 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) подготовки - Государственная и муниципальная служба

Форма обучения – очная

Сроки освоения ОПОП - 4 года

Факультет социологии и управления

Кафедра государственного и муниципального управления и политических технологий

Рязань, 2017

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Управление общественными отношениями»

Целями освоения дисциплины являются: формирование общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, а также формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ); вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Управление общественными отношениями» реализуется в рамках Базовой части Блока 1 – Б1.Б.8.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- Политология;
- Социология.

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Деловые коммуникации;
- Стратегический менеджмент.

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1	2	3	4	5	6
1	ОПК - 6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<ul style="list-style-type: none"> - систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов; - методы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - возможности применения информационно-коммуникационных технологий для оптимизации и повышения эффективности процесса коммуникации в профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами посредством информационно-коммуникационных технологий; - применять наиболее эффективные средства коммуникации, отвечающие требованиям информационной безопасности; - расширять внешние связи органов государственного или муниципального управления при реализации проектов, учитывая требования информационной безопасности; 	<ul style="list-style-type: none"> - способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения, управления сознанием и поведением людей; - навыками работы с информационно-коммуникационными технологиями в процессе осуществления профессиональной деятельности; - способностью проводить эффективный коммуникационный процесс, соблюдая требования информационной безопасности;

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Управление общественными отношениями					
Цель дисциплины		<p>формирование общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, а также формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ); вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом</p>			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК - 6	<p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов; - методы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - возможности применения информационно-коммуникационных технологий для 	<p>Лекции, самостоятельная работа, практические занятия</p>	<p>Контрольная работа, реферат, зачет, экзамен</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Знать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Способность применять информационно-коммуникационные технологии с учетом основных требований информационной безопасности</p>

		<p>оптимизации и повышения эффективности процесса коммуникации в профессиональной деятельности;</p> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами посредством информационно-коммуникационных технологий;- применять наиболее эффективные средства коммуникации, отвечающие требованиям информационной безопасности;- расширять внешние связи органов государственного или муниципального управления при реализации проектов, учитывая требования информационной безопасности; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения, управления сознанием и			
--	--	---	--	--	--

		<p>поведением людей; - навыками работы с информационно-коммуникационными технологиями в процессе осуществления профессиональной деятельности; - способностью проводить эффективный коммуникационный процесс, соблюдая требования информационной безопасности;</p>			
--	--	---	--	--	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	
		часов	часов	часов	часов	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) всего:	108	-	-	72	36	
В том числе:						
Лекции (Л)	36	-	-	18	18	
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	72	-	-	54	18	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Самостоятельная работа студента (всего)	108	-	-	72	36	
В том числе		-	-	-	-	
<i>СРС в семестре</i>		-	-	-	-	
Курсовой проект (работа)	КП	-	-	-	-	
	КР	-	-	-	-	
Другие виды СРС:		-	-	-	-	
Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям	44	-	-	32	12	
Конспектирование учебных материалов, первоисточников, основной и дополнительной литературы	22	-	-	14	8	
Выполнение индивидуальных домашних заданий	22	-	-	14	8	
Подготовка рефератов и презентаций	20	-	-	12	8	
Контроль	36				36	
<i>СРС в период сессии</i>		-	-	-	-	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	-	-	3	-	
	экзамен (Э)	-	-	-	Э	
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	252	-	-	144	108
	зач. ед.	7	-	-	4	3

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
4	1	Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями	<p>Предметное поле дисциплины Управление общественными отношениями</p> <p>Объект и предмет управления общественными отношениями. Научные теории в понимании объекта и предмета управления общественными отношениями. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе и управлении. Многообразие определений PR как управленческой науки. Теоретические подходы к пониманию PR. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. Принципы деятельности PR.</p> <p>Этика и профессиональные стандарты в управлении общественными отношениями. Нормы международного права. Современные международные и национальные PR-ассоциации. Российское законодательство о PR деятельности. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Правовое обеспечение управления общественными отношениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы РФ о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области управления общественными отношениями: традиции, мораль, общественное мнение. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по связям с общественностью. Этические нормы и кодексы профессиональной чести.</p> <p>Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития научной и практической деятельности в области управления общественными отношениями («паблик рилейшнз»). Основные этапы развития управления общественными отношениями. Элементы PR в древности. Зарождение профессии PR в США. Распространение PR в Европе после второй мировой войны. Предпосылки появления PR в России и его особенности.</p>

		<p>Распространение практики управления общественными связями и отношениями в СНГ. Основные предпосылки развития общественных связей в постиндустриальном (информационном) обществе. Глобализация PR как профессиональной системы. Процесс создания глобальных международных PR-сетей. Роль управления общественными отношениями в современном гражданском обществе.</p> <p>Коммуникация как процесс обмена информацией. Модели, виды, функции коммуникации. Современные теории коммуникации. Рациональная модель коммуникативного воздействия. Спонтанная коммуникация. Схема коммуникации: определение, уточнение информации; кодирование информации (вербальное и невербальное); способ передачи информации; шумы. Убеждающая коммуникация. Центральный способ переработки информации. Периферийный способ переработки информации. Значимость информации для реципиента. Когнитивные способности реципиентов. Характер сообщения. Модульная схема убеждающей коммуникации. Центральная тема убеждающей коммуникации. Сюжетные линии центральной темы. Информационные продукты.</p> <p>Коммуникация и управление. Управление коммуникативными процессами, управление информацией. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Специфика уровней и организации коммуникаций в государственных учреждениях федерального и муниципального управления. СМИ как основной канал коммуникации. Понятие устной, печатной, аудиовизуальной коммуникации. Связи с общественностью и СМИ как социальные институты. Их функции, цели и задачи в современном обществе. PR-деятельность в отношениях со СМИ и СМК. Понятия «информация» и «управление».</p> <p>Теории информационного общества. Предоставление информационных услуг. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. СМИ как канал связей с общественностью. Понятие «четвертая власть». Процесс формирования четвертой власти в России. Место и роль телевидения и радиовещания в социальных коммуникациях. Содержание, функции и принципы деятельности. Формы подачи новостных материалов в прессе и электронных СМИ. Проблемы манипуляции, дезинформации, информационного вакуума в работе с массовой аудиторией. Виды информационных материалов, предоставляемых PR-отделами для непосредственной публикации в СМИ.</p>
--	--	--

			<p>Сущность и назначение PR-мероприятия. Основные этапы PR-мероприятий. Виды и организация PR-мероприятий: брифинги, презентации, конференции, экскурсии по предприятию. Сущность конференции, ее назначение. Этапы подготовки, организации и проведения конференции. Приглашение журналистов, представителей СМИ на мероприятие. Планирование освещения конференции в СМИ. Оценка эффективности PR-мероприятия.</p> <p>Составление пресс-релизов. Предмет пресс-релиза: понятие новости. Виды пресс-релизов. Правила оформления и написания пресс-релизов. Структура пресс-релиза: формула SOLAADS. Правила распространения пресс-релиза и его назначение.</p> <p>Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ. Информационный повод: общая характеристика. Понятие «копирайтинг», «спичрайтинг», «PR-текст», жанровая классификация и типология PR-текстов. Критерии выбора печатных СМИ. Особенности создания теле и радио роликов. Использование Интернет ресурса, создание корпоративного сайта. Современные информационные источники PR: флэш-моб, блоггинг, мобильный маркетинг.</p>
5	2	Технологии управления общественными отношениями	<p>Формирование имиджа, структура, типология. Функции имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа организации. Имиджмейкинг. Желаемый имидж. Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж. Структура имиджа управленца: персональные характеристики; социальные характеристики; символистические характеристики. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения символических качеств. Алгоритм формирования имиджа управленца организации, основные этапы. Физиогномика. Мимика и пантомимика. Речь и риторика. Определение требований сегментов аудитории.</p> <p>Задачи корпоративного имиджа организации. Основные компоненты имиджа организации. Фирменный стиль организации и его элементы: логотип, графический товарный знак, цветовая гамма, фирменный шрифт, слоган, рекламный символ, музыкальная заставка, рекламная и сувенирная продукция. Изучение имиджей конкурентов. Позиционирование. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации.</p> <p>Понятие «бренд» и «брендинг». История создания и этапы формирования «бренда». «Бренд» и «торговая марка»: различия в понимании. Свойства бренда. Бренд-код:</p>

			<p>измерения бренда. Пятиуровневая система индивидуальности бренда: ядро индивидуальности бренда, миссия бренда и слоган, внешние черты, характер бренда; стиль рекламы. Назначение бренда, структура и функции.</p> <p>Копирайтинг и спичрайтинг, PR-текст. Происхождение спичрайтинга. Спичрайтерский текст. Проектирование текста. Объем текста. История развития профессии спичрайтера. Алгоритм написания спичрайтерского текста. Жанры PR-текста. Методы сбора информации при подготовке PR-текста. Классификация PR-текстов. Публичное выступление. Риторика. Основные приемы и техники эффективного публичного выступления. Этапы публичного выступления. Вербальная и невербальная коммуникация. Вступление, основная часть, заключение, вывод. Д. Карнеги: техники овладения аудиторией и публичного выступления. Подготовка к выступлению. План и текст выступления. Тезисы. Назначение речи. Объем выступления. Цитирование. Ответы на вопросы аудитории. Техники привлечения и удержания внимания слушателей.</p> <p>Управление общественными отношениями в кризисных и конфликтных ситуациях. Методы разрешения кризиса средствами PR. Правила общения с журналистами в кризисных условиях и снижении рейтинга организации. Информационная поддержка в период разрешения кризиса. Основные этапы реализации программы антикризисного управления. Контроль коммуникативных каналов в условиях кризиса. Особенности восприятия информации в условиях кризиса. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.</p> <p>Причины появления новых технологий в PR- деятельности: экономические причины; модизация рынков; ратущие ожидания потребителей; глобальная конкуренция; возрастание значения услуг; кризис торговых марок; глобализация. Изменения медиарынка. Изменение моделей поведения общественности. Изменения в технологиях. Виды современных технологий: мобильный маркетинг, современные технологии информационного PR, пресс-релиз в сети Интернет, блоггинг. Новые технологии устроительного PR: флэш-моб, роад-шоу.</p>
--	--	--	--

2.2. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
4	I	<i>Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями</i>	18	-	54	72	144	
4	1.1	Управление общественными отношениями как наука и дисциплина	2	-	10	14	26	1-2 неделя Реферат
4	1.2	Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности	4	-	12	16	32	3-5 неделя Контрольная работа
4	1.3	Генезис становления и развития управления общественными отношениями	4	-	12	14	30	6-10 неделя Реферат с презентацией
4	1.4	Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.	4	-	10	14	28	11-15 неделя Контрольная работа
4	1.5	Организационный PR: создание специальных мероприятий	4	-	10	14	28	16-18 Реферат
		<i>Итого за 4 семестр</i>	18		54	72	144	
	II	<i>Технологии управления общественными отношениями</i>	18		18	36	72	
5	2.1	Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации	4	-	4	8	16	2-6 неделя Реферат с презентацией
5	2.2	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда	2	-	2	4	8	8-9 неделя Контрольная работа
5	2.3	Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях	2	-	2	4	8	10-12 неделя Реферат с презентацией
5	2.4	Технология публичного выступления	4	-	4	8	16	13 неделя Контрольная работа

5	2.5	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации	2	-	2	4	8	14-15неделя Реферат
5	2.6	Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии	2		2	4	8	16 неделя Контрольная работа
5	2.7	Современные технологии управления общественными отношениями	2	-	2	4	8	18 неделя Реферат с презентацией
		Итого за 5 семестр	18	-	18	72	108	
		Контроль					36	
		ИТОГО	36		72	144	252	

2.3. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен.

2.4. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды СРС	Всего часов	
4	1	Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями	Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям	32	
			Конспектирование учебных материалов, первоисточников, основной и дополнительной литературы	14	
			Выполнение индивидуальных домашних заданий	14	
			Подготовка рефератов и презентаций	12	
			<i>Всего:</i>	72	
		<i>ИТОГО в семестре</i>		72	
5	2	Технологии управления общественными отношениями	Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям	12	
			Конспектирование учебных материалов, первоисточников, основной и дополнительной литературы	8	
			Выполнение индивидуальных домашних заданий	8	
			Подготовка рефератов и презентаций	8	
			<i>Всего:</i>	36	
		<i>ИТОГО в семестре</i>		36	
ИТОГО				108	
<i>Контроль</i>				36	Экза-мен
				144	

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Рабочая программа дисциплины «Управление общественными отношениями»
2. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов
3. Вопросы для проведения экзамена
4. Планы семинарских и практических занятий
5. Тематика рефератов и рекомендации по их выполнению
6. Тематика контрольных работ и рекомендации по их выполнению.

Для оптимизации организации и повышения качества обучения по дисциплине студентам рекомендуется пользоваться следующими методологическими рекомендациями, имеющимися на официальном сайте:

1. Мартишина Н.В. Электронный образовательный ресурс «Самостоятельная работа студентов»: свидетельство о регистрации ресурса № 20418/ Мартишина Н.В., Еремкина О.В.; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. - Дата регистрации 21.10.2014. - Объем 196 Мб (200704 Кб).

2. Страхов В.В. Формы организации учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]: метод. Рекомендации для молод. Преподавателей / В.В. Страхов, Е.Н. Горохова, Т.В. Кременецкая; Ряз. гос. ун-т им С.А. Есенина. - Рязань, 2012. - URL: http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wpcontent/uploads/2015/04/formy_organizacii_uchebnogo_processa.pdf/

3.3.1. Контрольные работы/рефераты

Методические рекомендации по выполнению и примерные темы контрольных работ

Учебными планами высших учебных заведений предусматривается написание студентами контрольных, которые являются важным звеном в выработке у студентов навыков самостоятельного изучения науки, в глубоком усвоении положений, выводов, законов, приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, что необходимо будущему бакалавру в его трудовой деятельности.

Ознакомившись с данными методическими указаниями, студент сможет более конкретно представить требования к контрольной работе, как с точки зрения содержания, так и ее оформления, оценки и порядка защиты. Использование предлагаемых методических советов поможет студентам не только успешно выполнить контрольную работу на избранную тему, но и подготовиться к экзамену.

1. Значение контрольной работы в изучении дисциплины «Управление общественными отношениями».

Контрольная работа является одной из форм подготовки специалистов высшей квалификации. Ее написание имеет большое значение:

- во-первых, она приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с литературой и законодательством, приучает находить в них основные положения, относящиеся к избранной проблеме, подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал, составлять таблицы и диаграммы и на их основе делать правильные выводы;

- во-вторых, студент привыкает четко, последовательно и логически грамотно излагать свои мысли при анализе теоретических проблем;

- в-третьих, работа закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине;

- в-четвертых, прививает навыки работы на компьютере.

Она приучает студента к научно-исследовательской работе и способствует приобретению опыта и навыков ведения ее.

Контрольная работа выполняется в соответствии с учебным планом студентами дневного и заочного отделений. Студенты выполняют контрольную работу под руководством преподавателя. Выполненная работа сдается для проверки. Если работа соответствует предъявляемым требованиям, преподаватель оценивает ее положительно и сообщает об этом студенту. Неудовлетворительно выполненная работа подлежит переработке в соответствии с замечаниями преподавателя. Повторно выполненная работа сдается вместе с первым вариантом и рецензией на нее.

К сдаче экзамена по дисциплине допускаются лишь те студенты, которые имеют зачетные контрольные работы.

2. Структура работы

Контрольная работа должна состоять из следующих частей:

- введения,
- основного текста,
- заключения,
- библиографического списка.

Структура контрольной работы может изменяться в зависимости от темы и ее сложности.

Во введении автор должен показать актуальность избранной проблемы, степень ее разработанности и сформулировать те задачи, которые будут решаться в работе.

Введение должно быть кратким (1-2 страницы).

Во второй части излагается содержание темы. Эту часть рекомендуется разделить на 2-3 вопроса, раскрывающих сущность проблемы. Увеличивать число вопросов не следует, так как это приведет к их поверхностной разработке или значительному превышению объема контрольной работы. Основная часть работы может быть изложена на 10-20 страницах стандартного листа формата А4.

Выводы, составляющие третью часть, вытекают из материалов контрольной работы и содержат обоснованные предложения. Заключение, как и введение, должно быть кратким (1-2 страницы).

В конце контрольной работы прилагается библиографический список, составленный в определенной последовательности.

3. Основные требования

Каждый студент, выполняющий контрольную работу, должен знать требования, которые предъявляются к письменным работам.

Основное внимание студент должен уделить всестороннему и глубокому теоретическому освещению изучаемой проблемы, как в целом, так и отдельных ее частей.

Написание контрольной работы необходимо начинать с постановки и изложения содержания основного вопроса каждого раздела. Раскрытие содержания должно быть доказательным, а не декларативным, а также научно аргументированным. Теоретические положения и выводы должны основываться на конкретных материалах реальной действительности. Причем факты и примеры должны быть не случайными, а типичными. Для того чтобы иметь правильные представления о тех или иных общественных явлениях и законах, желательно рассматривать их в историческом аспекте. Но это требование не следует понимать как необходимость всестороннего описания истории возникновения и форм проявления данных явлений и законов. Очень важно, чтобы материал контрольной работы излагался логически последовательно и четко.

Практика ставит проблемы и вопросы, к которым теория не всегда готова. Отсюда по многим проблемам обозначенной сферы специалисты имеют разные точки зрения, и по ним ведутся дискуссии, которые находят отражение в литературе. В контрольной работе студент на основе изученной научной литературы должен определить свою точку зрения

по спорному вопросу, аргументировать ее, а потом изложить имеющиеся в литературе точки зрения по исследуемой проблеме и дать их критический разбор. Это придает работе полемический, творческий характер.

Одним из важнейших требований, предъявляемых к студентам, выполняющим контрольные работы, является самостоятельное и творческое их выполнение. К сожалению, некоторые студенты вместо самостоятельной и добросовестной работы над избранной темой занимаются механическим списыванием текстов из опубликованных, часто устаревших статей, брошюр и книг или Интернета. Такое выполнение контрольной работы недопустимо, так как приводит к тому, что в ней появляются неправильные положения и устаревшие материалы, не отражающие действительной картины экономического развития страны. Подобные работы не приносят студентам пользы и оцениваются неудовлетворительно.

Теоретически грамотно изложить материал в письменной форме - это новый важный этап в выполнении контрольной работы, следующая ступень формирования знаний, их систематизации и сознательного усвоения. Овладев приемами самостоятельного получения информации, студент должен организовать самоконтроль знаний - логически, последовательно, стройно в письменной форме раскрыть вопросы плана избранной темы. Самостоятельный, творческий характер изложения выражается в том, что студент каждый вопрос плана освещает по продуманной им схеме, правильно использует и комментирует цитаты, не перегружая ими текст, не допускает посторонних, отрывочных положений, логически между собой не связанных, приводит самостоятельно выбранный фактический материал для иллюстрации важнейших положений темы, увязывает анализируемые теоретические положения с практической действительностью.

Контрольная работа должна быть написана хорошим литературным языком. Язык, стиль изложения, умение строить краткие предложения, выражать свои мнения в понятной, доступной форме, не допускающей разночтений, играют большую роль. Следует соблюдать единообразие в применении терминов, условных обозначений и сокращений слов, мер веса и длины.

Как показывает практика, часть контрольных работ оценивается неудовлетворительно, потому что в них оказываются серьезные литературные погрешности, которые нередко приводят к искажению содержания вопросов и смысловым ошибкам. Чтобы избежать стилистических и других ошибок, рекомендуется использовать современные издания словарей В. Даля, С. Ожегова, иностранные словари, политико-экономические и юридические энциклопедии.

4. Порядок выполнения контрольной работы

Выполнение контрольной работы целесообразно разбить на 5 этапов:

- выбор темы;
- подбор и изучение литературы;
- составление плана работы;
- собрание и обработка фактического и статистического материала;
- написание контрольной работы.

Тема контрольной работы студентом выбирается самостоятельно по номеру в списке учебной группы из числа тех, которые рекомендуются кафедрой.

При выборе следует учитывать, что в одной учебной группе могут писать работу на одну и ту же тему только два-три студента.

После выбора темы нужно самостоятельно по каталогу составить список необходимой литературы, подобрать ее и изучить. Начинать эту работу следует с исследования перечня литературы, рекомендованной кафедрой в рабочей программе данного курса и планах семинарских занятий по соответствующим темам. При составлении библиографического списка рекомендуется пользоваться библиографическими каталогами, тематическими библиографиями, перечнями статей, опубликованных в журналах за год, в последнем номере того или иного журнала. При

этом главная задача студента - из огромной массы российской и зарубежной литературы отобрать только те книги, журналы и статьи, в которых освещаются вопросы, относящиеся к выбранной теме контрольной работы.

При изучении литературы можно рекомендовать делать выписки из книг и статей основных положений, теоретических выводов, определений, доказательств, статистических данных и т. п. Записи лучше вести не в общей тетради, а на отдельных листках. Содержание записей на каждом листе должно относиться только к одному вопросу работы, из которой сделаны выписки. Листки записей следует сгруппировать по вопросам темы и расположить таким образом, чтобы получилось последовательное освещение изучаемых вопросов. Хорошо составленные выписки помогут студенту лучше усвоить содержание проблемы.

После подбора и изучения литературы студент должен составить тщательно продуманный план контрольной работы, который призван способствовать более полному раскрытию основных ее вопросов. План - это основа работы, и от того, как он составлен, будет зависеть уровень всей письменной работы. План работы тесно связан с ее структурой. Но раз дана структура работы, состоящая из введения, основного раздела и заключения, то задача студента состоит в том, чтобы определить 3-4 вопроса основной ее части, соблюдая их взаимосвязь и последовательность изложения.

Составленный план работы представляется для согласования преподавателю, который консультирует студента.

После того как подобрана и изучена литература, составлен план, подобран и соответствующим образом обработан конкретный (цифровой) материал, можно приступать к написанию контрольной работы. Это весьма трудоемкий и ответственный этап, так как здесь студент должен проявить умение самостоятельно мыслить, анализировать данные, делать обобщения, выводы и конкретные предложения для практики хозяйствования. На этом этапе можно конкретизировать план работы, разбивать узловые вопросы на пункты и подпункты.

5. Оформление контрольной работы

Контрольная работа должна быть соответствующим образом оформлена. К оформлению предъявляются следующие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. На второй странице - содержание работы.
3. Библиографический список, составленный в алфавитном порядке фамилий авторов.

Текст работы целесообразно выполнять на одной стороне стандартных листов бумаги формата А4, оставляя слева поля для заметок преподавателя-рецензента. Между строчками должен соблюдаться полуторный интервал. Такой порядок написания работы хорош и тем, что он легко позволяет изъять отдельные неудачно написанные страницы, внести дополнения или переставить некоторые ее части.

Черновой вариант работы следует тщательно отредактировать и напечатать на компьютере без вставок, произвольного сокращения слов. Грамматические и стилистические ошибки исключаются.

На все цитаты и цифровые данные, приводимые в тексте контрольной работы, указываются источники. Страницы контрольной работы должны быть пронумерованы, начиная с титульного. Номера страниц указываются в правой верхней части листа. На листах до второй страницы введения номера не указываются.

Каждый раздел работы принято начинать с новой страницы. Внутри раздела следующий подпункт начинается на той же странице, где закончился предыдущий.

После написания и оформления работы студент должен подписать ее, поставить дату и сдать на кафедру.

Примерная тематика контрольных работ

1. Государственная информационная политика и PR.
2. Развитие нормативной правовой базы, регулирующей PR-деятельность в РФ.
3. Современные теории коммуникации.
4. Использование PR-технологий в избирательных кампаниях.
5. PR-акции в связях с общественностью органов государственной власти и управления.
6. Организация связей с общественностью органами исполнительной государственной власти субъектов Российской Федерации.
7. Организация связей с общественностью органами законодательной государственной власти субъектов Российской Федерации.
8. Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций в Российской Федерации.
9. Формы и методы взаимодействия органов местного самоуправления с местным сообществом.
10. Связи с общественностью в Интернете.
11. PR-технологии манипулирования массовым (общественным) сознанием.
12. Имидж в связях с общественностью.
13. «Черный PR» в общественных процессах России.
14. Применение нейролингвистического программирования в PR-деятельности.
15. Стратегия и тактика современных информационных войн.
16. Политический PR в современной России.
17. Блоггинг в связях с общественностью органов государственной власти и управления.
18. Бренд как конкурентный фактор регионального развития.
19. Использование Интернет в современной практике деятельности органов государственной власти и управления.
20. Деятельность служб по связям с общественностью в органах государственной власти.

Методические рекомендации по выполнению и примерные темы рефератов

Важной составляющей самостоятельной работы является подготовка к практическим занятиям, в том числе в форме реферата.

Реферат представляет собой выдержки из использованных источников, однако не исключает самостоятельных выводов. Реферат требует глубокого изучения первоисточников, умения связывать их теоретические положения с современностью, проводить анализ.

Цель написания реферата состоит в том, чтобы научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, уметь популярно излагать сложные вопросы.

Лучшие рефераты служат основой для написания студенческих работ, представляемых на конкурс.

Слово «реферат» имеет два значения: с одной стороны, оно предполагает краткое изложение реферируемой научной работы, книги, статьи. С другой — доклад на заданную тему, сделанный на основе критического обзора литературы и других источников. Рефераты студентов чаще соответствуют второму значению этого слова.

Работа студента над рефератом состоит из следующих этапов:

- выбор темы на основе тематики, разработанной кафедрой;
- накопление информационного материала;

- подготовка и написание реферата;
- защита реферата на семинаре или конференции.

Студенты очных форм обучения представляют реферат на кафедру в течение учебного года. Студенты-заочники — согласно учебному плану.

Реферат должен иметь следующую структуру:

- план,
- краткое введение,
- изложение основного содержания темы,
- заключение,
- список используемой литературы.

Разработка избранной темы начинается с ознакомления с соответствующей литературой. Но прежде, чем приступить к ее подбору, целесообразно наметить общий предварительный план реферата. Предварительный план реферата состоит обычно из трех-четырёх вопросов, в процессе работы он уточняется и конкретизируется.

План - это логическая основа реферата, от правильного его составления во многом зависит структура, содержание, логическая связь частей. Целесообразно предварительно намеченный план реферата согласовать на консультации с преподавателем кафедры, ведущим семинарские занятия или читающим лекционный курс.

План не следует излишне детализировать, в нем перечисляются основные, центральные вопросы темы в логической последовательности. Главы можно не разбивать на параграфы. Перечень основных вопросов заканчивается заключением и краткими выводами, которые представляют обобщение важнейших положений, выдвинутых и рассмотренных в реферате.

Имея предварительный план, студент обращается к библиографии. Существенную помощь в ознакомлении с библиографией студенту могут оказать библиотечные каталоги (алфавитный, систематический, предметный), библиографические указатели (учетно-регистрационные, научно-вспомогательные, рекомендательные, критические), справочная литература (энциклопедии, словари).

Определенную помощь могут оказать учебные и научные издания, в частности журналы, а также различные библиографические пособия. Кроме того, крупнейшие библиотеки страны, такие как Российская национальная библиотека, Государственная национальная библиотека, выпускают рекомендательные библиографические указатели.

При работе над рефератом необходимо внимательно изучить соответствующую теме литературу, включая монографии, статистические сборники, материалы, публикуемые, в том числе, в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU. и др.

Источниками фактического материала могут служить статистические сборники, газеты, журналы.

Важным моментом является умение записывать информацию. Наиболее распространенными являются две формы записи и хранения материала – конспектирование и ведение картотеки. Они не исключают, а в ряде случаев дополняют друг друга.

Когда студент в достаточной степени накопил и изучил материал по соответствующей теме, он принимается за его систематизацию и разработку более полного плана реферата. Внимательно перечитывая свой конспект или записи на карточках, он располагает материал в той последовательности, которая представляется ему наиболее стройной и целесообразной. Одновременно студент фиксирует собственные мысли, которые он считает нужным изложить в тексте реферата.

Основному тексту в реферате предшествует введение. В нем необходимо показать значение, актуальность рассматриваемой проблемы, обоснованность причины выбора темы. Кроме того, следует отметить, в каких произведениях известных ученых-экономистов рассматривается изучаемая проблема, сформулировать основную задачу,

которая ставится в реферате.

В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению как темы в целом, так и отдельных ее вопросов, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим цифровым материалом. Изложение должно осуществляться в соответствии с составленным планом.

Реферат должен быть написан ясным языком, без повторов, сокращений, противоречий между отдельными положениями.

Большое значение имеет правильное оформление реферата. На титульном листе необходимо указать название вуза, факультета, реферата, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы, план реферата с указанием страниц соответствующих разделов.

Приводимые в тексте цитаты из литературы, а также статистические данные должны быть снабжены соответствующими ссылками на источники, из которых они взяты, с указанием автора, названия работы, тома, страницы. Текст реферата пишется с одной стороны листа с оставлением полей, каждый пункт плана с новой страницы. Страницы должны быть пронумерованы. Объем реферата 10—15 страниц машинописного текста через 1,5 интервала.

В конце реферата приводится список используемой литературы, который составляется в следующей последовательности:

1. Официальные материалы (законы, указы).
2. Остальные использованные в реферате источники в алфавитном порядке фамилий авторов.

Подготовленный реферат, как правило, студентами дневного отделения защищается на семинарском занятии.

Целесообразно тезисы выступления, а точнее — обозначение разделов и подразделов реферата, сокращенное изложение основного материала (определение важнейших понятий, упоминание цифр и фактов, формулировка выводов) размножить и раздать студентам как материал для последующего обсуждения.

Заканчивая подготовку к выступлению с рефератом на семинарском занятии, полезно прочитать весь его текст «для себя». Это будет способствовать закреплению материала в памяти и позволит во время выступления либо совсем не заглядывать в конспект (план, текст), либо свести обращения к нему до минимума.

После обсуждения реферата в группе работа студента оценивается преподавателем и принимается решение о дальнейшей разработке этой темы автором для написания конкурсной работы.

Студенты заочного отделения на представленный реферат должны получить письменную рецензию преподавателя кафедры, где дается общая оценка работы — «зачтено», «не зачтено» - и указываются ее достоинства и недостатки. Если реферат не засчитывается, то с учетом замечаний он должен быть переработан. Повторным рецензированием занимается тот преподаватель, который рецензировал реферат в первый раз.

Студенты, не представившие реферат или не получившие зачета по нему, к экзамену не допускаются.

Примерная тематика рефератов

1. История public relations: зарождение, основные этапы, предпосылки.
2. Определения public relations. Функции и принципы public relations.
3. Крупнейшие международные агентства и сети - PR-агентств
4. Современный специалист по паблик рилейшнз: функции и направления деятельности.
5. Образовательные программы в истории профессиональной подготовки спе-

- циалистов по связям с общественностью.
6. Этические основы современного PR.
 7. Организационные структуры публичных отношений
 8. Внутренний PR. Цели и основные методы.
 9. Коммуникативные инструменты внутреннего PR.
 10. Общественное мнение: изучение общественного мнения.
 11. Антикризисный PR.
 12. Основные направления формирования корпоративной культуры.
 13. Информационные базы данных, необходимые для обеспечения осуществления PR.
 14. Компьютерная технология и современная оргтехника как фактор эффективности PR.
 15. Корпоративный имидж: задачи, функции, назначение.
 16. Фирменный стиль в продвижении имиджа организации.
 17. Формы и организация лоббирования в связях с общественностью.
 18. Благотворительность как инструмент публичных отношений.
 19. Спонсорство как инструмент PR.
 20. Выставочная деятельность: понятие и сущность.
 21. Типология групп общественности.
 22. Корпоративные издания как средство PR.
 23. Корпоративный сайт как инструмент PR.
 24. Структура пресс-релиза.
 25. Пресс-кит: структура.
 26. Медиа-карта как инструмент PR.
 27. Биография как инструмент PR.
 28. Интервью как инструмент PR.
 29. Виды интервью в сфере PR. Правил подготовки.
 30. Статья как инструмент PR.
 31. Основные этапы и законы проведения пресс-конференции.
 32. Неэтичные технологии в кампании. Коммуникации и манипулирование массовым сознанием.
 33. Деятельность пресс-службы Президента РФ.
 34. Деятельность пресс-службы Государственной думы РФ.
 35. Применение креативных технологий в PR.
 36. PR в социальных программах российского бизнеса.
 37. Мониторинг СМИ как инструмент PR. Общие принципы и контент-анализ.
 38. Материалы для прессы. Виды материалов. Общие правила составления и распространения.
 39. Интернет как среда PR: характерные особенности и виды -PR коммуникаций.
 40. PR в избирательной кампании: использование выборов технологий.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при	Семестр	Количество экземпляров
-------	--	------------------	---------	------------------------

		изучении разделов		В библиоте ке	На кафедр е
1	2	3	4	5	6
1.	Горохова В.М., Гринберг Т.Э. Связи с общественностью [Текст]: теория, практика, коммуникационные стратегии: учебное пособие. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. -198 с.	1-2	4,5	5	-

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Использу ется при изучении разделов	Семе стр	Количество экземпляров	
				В библиоте ке	На кафедр е
1	2	3	4	5	6
1	Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Тамбов ТГТУ, 2015. - 83 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=445035 (12.12.2016).	1-2	4,5	Доступ из ЭБС Университетская библиотека онлайн	
2	Евстафьев В.А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник. - Москва: Дашков и К, 2016. – 512 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767	1-2	4,5	Доступ из ЭБС Университетская библиотека онлайн	
3.	Дроздов Р.К. Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [Текст] : учебно-методическое пособие. - Рязань: РГУ, 2016. - 136 с.	1-2	4,5	4	-
4	Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России [Текст] : учебное пособие. - Москва: Аспект Пресс, 2015. - 312 с.	1-2	4,5	3	-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- РИБК – портал «Российского информационно-библиотечного консорциума» предоставляет возможность расширенного поиска библиографических данных и полнотекстовых ресурсов в электронных каталогах пяти крупнейших библиотек России;
- SCIRUS – поисковая система, нацеленная на поиск исключительно научной информации, позволяет находить информацию в научных журналах, персональных

страницах ученых, университетов и исследовательских центров.

- Академия Google – новая поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-новых академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку;

Электронные библиотеки открытого доступа:

- Библиотека международной спортивной информации (БМСИ) – электронная библиотека представляет собой открытый Интернет-ресурс, в котором содержатся издания по спортивной тематике: книги, видео, отдельные статьи, но преимущественно периодика.
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам – это информационная система, которая предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.
- Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»,
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU и др.
- Электронно-библиотечная система «BOOK.ru»
- ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины:

1. База данных о российских СМИ www.mediaguide.ru (дата обращения: 21.12.2016)
2. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) www.raso.ru (дата обращения: 21.12.2016)
3. Журнал «Пресс-служба» www.press-service.ru (дата обращения: 21.12.2016)
4. Лента новостей www.press-release.ru (дата обращения: 21.12.2016)
5. Интернет-клуб связей с общественностью www.e-pr.nm.ru (дата обращения: 21.12.2016)
6. ВЦИОМ (Всероссийский центр общественного мнения) URL://<http://wciom.ru/about/aboutus/> (дата обращения: 25.12.2016)
7. ФОМ (Фонд общественного мнения) URL:// <http://fom.ru/> (дата обращения: 24.12.2016)
8. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены URL: [http:// wciom.ru/biblioteka](http://wciom.ru/biblioteka) (дата обращения: 25.12.2016)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

лекционные аудитории, оснащенные видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствует.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Пример указаний по видам учебных занятий приведен в виде таблицы

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия (семинар)	Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). При подготовке к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Индивидуальные задания (защита)	Тема доклада (задания) должна соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны быть указаны в

/презентация выполненной работы)	докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Для подготовки презентации рекомендуется использовать: Microsoft PowerPoint. Четко сформулировать цель презентации. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.
Контрольная работа	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, видео-аудио- материалов (через Интернет);
- распространение домашнего задания, его проверка и консультирование посредством электронной почты;
- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (презентации, видео);
- консультирование обучающихся и интерактивное общение посредством сети Интернет.

10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА: отсутствуют.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУ- ТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

*Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для
промежуточного контроля успеваемости*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1	<i>Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями</i>		
1.1	Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина	ОПК -6	Зачет, Экзамен
1.2	Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности	ОПК -6	Зачет, Экзамен
1.3	Генезис становления и развития управления общественными отношениями	ОПК -6	Зачет, Экзамен
1.4	Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.	ОПК -6	Зачет, Экзамен
1.5	Организационный PR: создание специальных мероприятий	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2	<i>Технологии управления общественными отношениями</i>		
2.1	Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации управленца. Корпоративный имидж организации	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.2	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.3	Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.4	Технология публичного выступления	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.5	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.6	Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии	ОПК -6	Зачет, Экзамен
2.7	Современные технологии управления общественными отношениями	ОПК -6	Зачет, Экзамен

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК -6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	знать	
		1. систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов;	ОПК-6 31
		2. методы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;	ОПК-6 32
		3. возможности применения информационно-коммуникационных технологий для оптимизации и повышения эффективности процесса коммуникации в профессиональной деятельности;	ОПК-6 33
		уметь	
		1. организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами посредством информационно-коммуникационных технологий;	ОПК-6 У1
		2. применять наиболее эффективные средства коммуникации, отвечающие требованиям информационной безопасности;	ОПК-6 У2
		3. расширять внешние связи органов государственного или муниципального управления при реализации проектов, учитывая требования информационной безопасности;	ОПК-6 У3
		владеть	
		1. способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при	ОПК-6 В1

		формировании общественного мнения, управления сознанием и поведением людей;	
		2. навыками работы с информационно-коммуникационными технологиями в процессе осуществления профессиональной деятельности;	ОПК-6 В2
		3. способностью проводить эффективный коммуникационный процесс, соблюдая требования информационной безопасности;	ОПК-6 В3

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№ п/п	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.	ОПК-6 31, ОПК-6 32, ОПК-6 В1
2	Задачи и виды управления общественными отношениями.	ОПК-6 31, ОПК-6 В1
3	История становления и развития связей с общественностью в США и Западной Европе.	ОПК-6 31, ОПК-6 В2
4	Становление и развитие управления общественными отношениями в России.	ОПК-6 32, ОПК-6 У2
5	Нормы международного права о PR– деятельности.	ОПК-6 31, ОПК-6 У3 ОПК-6 В3
6	Российское законодательство о PR– деятельности.	ОПК-6 31, ОПК-6 В2, ОПК-6 В3
7	Коммуникация: понятие, виды, функции.	ОПК-6 33, ОПК-6 32, ОПК-6 31, ОПК-6 В1
8	Особенности рациональной коммуникации, механизм осуществления.	ОПК-6 33, ОПК-6 У3
9	Спонтанная коммуникация: понятие, особенности.	ОПК-6 У1
10	Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации.	ОПК-6 32, ОПК-6 33 ОПК-6 У1, ОПК-6 В2
11	Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.	ОПК-6 32, ОПК-6 У3 ОПК-6 В2
12	Пропаганда: понятие и особенности.	ОПК-6 32, ОПК-6 33 ОПК-6 У2
13	Внутренний PR. Цели и основные методы.	ОПК-6 33, ОПК-6 У2, ОПК-6 В3
14	Персональный имидж управленца: понятие, свойства, функции, типы, назначение.	ОПК-6 В2, ОПК-6 33, ОПК-6 У2, ОПК-6 В3

15	Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение.	ОПК-6 З1, ОПК-6 У3, ОПК-6 В1
16	Алгоритм формирования персонального имиджа управленца.	ОПК-6 У1, ОПК-6 У2
17	Корпоративный имидж организации: понятие и задачи.	ОПК-6 У3 ОПК-6 В2 ОПК-6 В3
18	Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.	ОПК-6 З1 ОПК-6 В1 ОПК-6 В2
19	Медиариелейшенз: понятие, структура особенности.	ОПК-6 У1 ОПК-6 В1 ОПК-6 В2
20	Реклама на телевидении: история, функции, особенности.	ОПК-6 З1, ОПК-6 У2, ОПК-6 В2, ОПК-6 У3
21	Реклама на радио: история, функции, особенности.	ОПК-6 У1, ОПК-6 В2, ОПК-6 В3
22	Мониторинг СМИ как инструмент PR.	ОПК-6 З2, ОПК-6 У2 ОПК-6 В1
23	Общие принципы и контент-анализ.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 З3, ОПК-6 У3
24	Реклама в печатных СМИ: история, функции, особенности.	ОПК-6 З1, ОПК-6 В1 ОПК-6 В2
25	Реклама в Интернет пространстве: история, функции, особенности.	ОПК-6 З1, ОПК-6 У2 ОПК-6 У3

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)

№ п/п	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У1,
2	Задачи и виды управления общественными отношениями.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З3, ОПК-6 У2, ОПК-6 В3
3	История становления и развития связей с общественностью в США и Западной Европе.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У3,
4	Становление и развитие управления общественными отношениями в России.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З3, ОПК-6 У1,
5	Нормы международного права о PR– деятельности.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З3, ОПК-6 У2, ОПК-6 В1,
6	Российское законодательство о PR– деятельности.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У3,
7	Коммуникация: понятие, виды, функции.	ОПК-6 З3, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1, ОПК-6 В2
8	Особенности рациональной коммуникации, механизм осуществления.	ОПК-6 З2, ОПК-6 З3, ОПК-6 У2, ОПК-6 В1,
9	Спонтанная коммуникация: понятие, особенности.	ОПК-6 З3, ОПК-6 У1,
10	Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации.	ОПК-6 З1, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1,

11	Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.	ОПК-6 32, ОПК-6 У2, ОПК-6 В2, ОПК-6 В3
12	Пропаганда: понятие и особенности.	ОПК-6 33, ОПК-6 У1,
13	Внутренний PR. Цели и основные методы.	ОПК-6 33, ОПК-6 У2, ОПК-6 В1, ОПК-6 В3
14	Персональный имидж управленца: понятие, свойства, функции, типы, назначение.	ОПК-6 31, ОПК-6 У3, ОПК-6 В2
15	Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение.	ОПК-6 31, ОПК-6 32, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1,
16	Алгоритм формирования персонального имиджа управленца.	ОПК-6 32, ОПК-6 У2, ОПК-6 В1,
17	Корпоративный имидж организации: понятие и задачи.	ОПК-6 33, ОПК-6 У1, ОПК-6 У3, ОПК-6 В3
18	Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.	ОПК-6 31, ОПК-6 У2, ОПК-6 В1,
19	Медиарилейшенз: понятие, структура особенности.	ОПК-6 33, ОПК-6 У2
20	Реклама на телевидении: история, функции, особенности.	ОПК-6 32, ОПК-6 33, ОПК-6 У3, ОПК-6 В2
21	Реклама на радио: история, функции, особенности.	ОПК-6 33, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1,
22	Мониторинг СМИ как инструмент PR.	ОПК-6 33, ОПК-6 У3,
23	Общие принципы и контент-анализ.	ОПК-6 31, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
24	Реклама в печатных СМИ: история, функции, особенности.	ОПК-6 33, ОПК-6 У3, ОПК-6 В1,
25	Реклама в Интернет пространстве: история, функции, особенности.	ОПК-6 31, ОПК-6 32, ОПК-6 У2, ОПК-6 В2
26	Рассылка пресс-релизов: анонс релиз.	ОПК-6 33, ОПК-6 У1,
27	Корпоративные сайт как инструмент PR.	ОПК-6 32, ОПК-6 У2 ОПК-6 В1,
28	Современные технологии связей с общественностью: причины появления, виды	ОПК-6 31, ОПК-6 У2, ОПК-6 В2
29	Общественное мнение: сущность, пути воздействия.	ОПК-6 33, ОПК-6 У3, ОПК-6 В1,
30	Лоббизм и его основные этапы. Особенности западного и российского лоббизма	ОПК-6 33, ОПК-6 У1, ОПК-6 В2
31	Лоббизм в связях с общественностью. Понятие групп интересов (групп давления), их виды.	ОПК-6 31, ОПК-6 32, ОПК-6 У2 ОПК-6 В2
32	Патронаж как вид благотворительной деятельности	ОПК-6 33, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
33	Политический PR: «чистые и грязные технологии»	ОПК-6 32, ОПК-6 У2 ОПК-6 В1,
34	PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.	ОПК-6 33, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1, ОПК-6 В2
35	Социальная реклама: понятие, особенности, задачи	ОПК-6 31, ОПК-6 У3, ОПК-6 В3
36	Спонсорство как вид благотворительной деятельности	ОПК-6 33, ОПК-6 У1,

		ОПК-6 В1,
37	Особенности проведения благотворительности как социального PR	ОПК-6 З2, ОПК-6 У1, ОПК-6 У3, ОПК-6 В2
38	PR в избирательной кампании использование «черных» избирательных технологий	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У3, ОПК-6 В1,
39	PR в избирательной кампании: использование «белых» технологий	ОПК-6 З3, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
40	Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства	ОПК-6 З3, ОПК-6 У2, ОПК-6 В2
41	Информационное общество и информационная культура.	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
42	Специальные мероприятия организации, создание информационного повода	ОПК-6 З1, ОПК-6 У2, ОПК-6 У3, ОПК-6 В1,
43	Подготовка текстов и речи для представителя субъекта PR: копирайтинг и спичрайтинг.	ОПК-6 З2, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
44	Мероприятия, организуемые для журналистов: пресс-конференция: технология проведения	ОПК-6 З3, ОПК-6 У2, ОПК-6 У3, ОПК-6 В3
45	Мероприятия, организуемые для журналистов: брифинг и экскурсии по предприятию	ОПК-6 З1, ОПК-6 У3, ОПК-6 В3
46	Особенности проведения пресс-конференции и брифинга	ОПК-6 З2, ОПК-6 У1, ОПК-6 В1,
47	Рассылка пресс-релизов: ньюс-релиз	ОПК-6 З3, ОПК-6 У2 ОПК-6 В1,
48	Публичная речь: жанры, задачи, особенности	ОПК-6 З1, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3
49	Интервью как инструмент PR	ОПК-6 З3, ОПК-6 У2 ОПК-6 В1,
50	PR -акция, ньюсмейкинг	ОПК-6 З1, ОПК-6 З2, ОПК-6 У1, ОПК-6 В3

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено». В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине «Управление общественными отношениями» (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с

задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

«зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

«зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ;

«не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на экзамене - по пятибалльной шкале (выбрать необходимое). В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине «Управление общественными отношениями» (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«Отлично (5)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

«Хорошо (4)» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

«Удовлетворительно (3)» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ;

«Неудовлетворительно (2)» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.