

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ

Кафедра организации работы с молодежью

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы М.Р.Захохова

«28» 05 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
М.С.Тамазов

«28» 05 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.09.08 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ
С МОЛОДЕЖЬЮ»

Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

(код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки

Технологии конфликтменеджмента в молодежной сфере

(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная

Нальчик 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» / сост. Апажева С.С.. – Нальчик: КБГУ, 2023.

Рабочая программа дисциплины предназначена для преподавания студентам очной формы обучения по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью, 5 семестр, 3 курс.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (код и наименование направления подготовки) утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №77 от 05.02.2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Содержание разделов

4.2. Структура дисциплины.

4.3 Лекционные занятия

4.4 Практические занятия (семинары)

4.5 Лабораторные работы

4.6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля

5.1.1. Вопросы по разделам дисциплины

5.1.2. Оценочные материалы для выполнения рефератов

5.1.3. Оценочные материалы для выполнения эссе по дисциплине

5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.

5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

7.2. Дополнительная литература

7.3. Интернет-ресурсы

7.4. Методические указания по проведению учебных занятий

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины.

Цель курса: формирования у студентов научных представлений о публичных релейшнз, включая понятийный аппарат пиарологии, а также умение проецировать различные аспекты теоретического знания на соответствующие сферы прикладной деятельности PR; знакомство с профессиональной культурой, способствующее формированию этических ориентиров в деятельности PR-специалиста.

1.2. Задачи изучения дисциплины

В ходе знакомства с содержанием дисциплины необходимо донести динамичность и плюрализм современного понимания сущности публичных релейшнз, а также степень влияния СО на социально-культурные процессы в различных сферах современной жизни и возможность в них значимых преобразований посредством PR-деятельности. В числе задач также формирование представлений о взаимозависимости стадии культурного развития общества и характера PR-деятельности.

1.3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате изучения дисциплины «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» студенту необходимо:

знать: спектр взглядов на понятие публичных релейшнз и особенности других видов коммуникативной деятельности, их сходство и отличия; различные подходы к классификации групп общественности и некоторые закономерности их функционирования, а также алгоритм работы с ними PR-специалиста; содержание и структуру общественного мнения, а также социально-психологические основы управления им; профессионально-этические требования к PR-специалисту и направление развития норм международного и российского права о связях с общественностью.

1.3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ОПК-1. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-1.1. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора и хранения информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики.

ОПК-1.1. З-1. Знает основные информационно-коммуникационные технологии для сбора информации при решении профессиональных задач

ОПК-1.1. У-1. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для сбора и хранения информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики

ОПК-1.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики.

ОПК-1.2 З-1 . Знает современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики

ОПК-1.2 .У-1. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики

ОПК-1.3. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для представления информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики.

ОПК-1.3. З-1. Знает современные информационно-коммуникационные технологии для представления информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики.

ОПК-1.3. У-1 . Умеет применять современные информационно-

коммуникационные технологии для представления информации при решении профессиональных задач в сфере молодежной политики

ОПК-1.4. Применяет современные информационные технологии при взаимодействии с объектами и субъектами профессиональной деятельности с учетом требований информационной безопасности в сфере молодежной политики.

ОПК-1.4. 3-1. Знает современные информационные технологии при взаимодействии с объектами и субъектами профессиональной деятельности с учетом требований информационной безопасности в сфере молодежной политики.

ОПК-1.4. У-1. Умеет применять современные информационные технологии при взаимодействии с объектами и субъектами профессиональной деятельности с учетом требований информационной безопасности в сфере молодежной политики

Требования к уровню освоения курса. В результате освоения курса, студенты должны:

уметь: устанавливать взаимосвязи социальной, экономической и политической сфер в различных обществах на предмет взаимовлияния, включая 5 сферу бизнеса (PR и бизнес-окружение); пользоваться аналитическими навыками при аргументации выбора наиболее интересующего подхода к понятию PR;

владеть: навыками целостного подхода к анализу системы связей с общественностью, ее функционирования и управления данной системой; понятийно-терминологическим аппаратом в области связей с общественностью, включая понятие «паблицитный капитал», а также основу и модификации формул RACE – ROSIE.

4. Содержание и структура дисциплины

4.1. Содержание разделов

Таблица 1

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Связи с общественностью: понятие, генезис, наука, место в обществе и коммуникационных системах.	Паблик рилейшнз как понятие и вид деятельности: история и современность. Паблик рилейшнз как наука. Паблик рилейшнз как социальный феномен. Сферы функционирования PR и другие виды коммуникативной деятельности в современном обществе. Общественное мнение как объект PR-деятельности. Место PR в различных коммуникационных системах	<ul style="list-style-type: none"> • написание реферата (Р), • коллоквиум (К), • рубежный контроль (РК), • тестирование (Т)
2	Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью	Профессиональная культура и этика PR-специалиста. Нормы международного права о связях с общественностью. Направление развития российского законодательства о средствах массовой информации. Этические модели и правовое обеспечение связей с общественностью	<ul style="list-style-type: none"> • написание реферата (Р), • коллоквиум (К), • рубежный контроль (РК), • тестирование (Т)
Вид промежуточной аттестации			экзамен

Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. – 144 академических часа: лекции (ЛК) – 28, практические занятия (ПР) –28, самостоятельная работа студентов (СРС) – 61. Итоговый контроль –экзамен -27 ч..

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Аудиторные занятия	51
Лекции	17
Практические занятия (ПЗ)	34
Семинары (С)	-
Лабораторные работы (Л)	-
Самостоятельная работа	84
Курсовая работа	-
Экзамен	
Вид итогового контроля зачет – 5 семестр	9

Тематический план изучения дисциплины

№ п/п	Тема	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
		Всего	ЛК	ПР	ЭКЗ	СРС	
1	Паблик рилейшнз как понятие и вид деятельности: история и современность. Место PR в различных коммуникационных системах	14	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 1
2	Паблик рилейшнз как наука.	10	1	2		8	Задания для самостоятельной работы по теме 2
3	Паблик рилейшнз как социальный феномен.	16	1	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 3
4	Сферы функционирования PR и другие виды коммуникативной деятельности в современном обществе.	16	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 4
5	Общественное мнение как объект PR-деятельности.	16	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 5

6	Место PR в различных коммуникационных системах	15	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 6
7	Профессиональная культура и этика PR-специалиста. Этические модели и правовое обеспечение связей с общественностью	14	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 7
8	Нормы международного права о связях с общественностью.	10	1	2		8	Задания для самостоятельной работы по теме 8
9	Направление развития российского законодательства о средствах массовой информации.	10	2	2		9	Задания для самостоятельной работы по теме 9
10	Этические модели и правовое обеспечение связей с общественностью	14	2	4		8	Задания для самостоятельной работы по теме 10
	Итоговый контроль				9		зачет
	Итого	144	17	34	9	81	

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов, тем лекций (их краткое содержание)

Раздел 1. Связи с общественностью: понятие, генезис, наука, место в обществе и коммуникационных системах

Лекция 1.1. Паблик рилейшнз как понятие и вид деятельности: история и современность. Анализ определений PR. О понятии и генезисе паблик рилейшнз. Становление паблик рилейшнз как самостоятельного вида профессиональной деятельности, предпосылки его появления. Институционализация профессии специалиста по PR. Три периода становления связей с общественностью как вида профессиональной деятельности в России. Современное состояние российского рынка PR-услуг. Анализ определений PR. Содержательные определения. Три основных подхода к определению понятия PR: «альтруистический», «компромиссный» и «прагматический». Информационно-коммуникативный аспект PR- деятельности. Группа инструментальных определений.

Грани понимания термина «PR» посредством синонимических понятий. PR – это управление восприятием с помощью сознательно организованных коммуникаций. Лекция 1.2. Паблик рилейшнз как наука. Становление науки о связях с общественностью, факторы, лежащие в основании появления пиарологии. Предмет науки о связях с общественностью. Задачи науки о связях с общественностью. Функции пиарологии. Различие фундаментальной и прикладной пиарологии. Методы пиарологии. Пиарология в системе других наук. Круг наук, наиболее взаимодействующих с пиарологией: философия, социология, политология, история, экономика, культурология, психология, конфликтология, менеджмент, маркетинг, журналистика, социология массовой коммуникации, коммуникология, коммуникативистика и информатика.

Лекция 1.3. Паблик рилейшнз как социальный феномен. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста. Десять основных направлений PR-деятельности, выделенные Сэмом Блэком. Две группы функций PR-специалистов, согласно профессору И. Яковлеву, 6 объединяющие их работу на входе и выходе системы. Функции PR-специалиста в ходе реализации конкретной PR-кампании, в соответствии с известным в зарубежной практике четырехступенчатым алгоритмом: исследовательские, планирующие, организаторские и экспертные. Содержательная основа PR-деятельности. Субъекты паблик рилейшнз: базисные и технологические. Объекты паблик рилейшнз. Основные модели взаимосвязи субъектов и объектов PR, согласно Дж. Грунигу и Т. Ханту: 1) модель печатной агитации; 2) модель информирования общества; 3) двусторонняя асимметричная модель; 4) двусторонняя симметричная модель. Цель паблик рилейшнз и его функции: 1) контроль общественного мнения; 2) организация взаимодействия с общественностью; 3) управление коммуникативным пространством; 4) менеджмент организации. Средства PR, классифицируемые по направленности информации, а также по характеру источника информации и способу взаимодействия субъекта и объекта. Результат паблик рилейшнз. Содержание понятия «паблицитный капитал».

Лекция 1.4. Сферы функционирования PR и другие виды коммуникативной деятельности в современном обществе (2 часа). Сферы функционирования СО в современном обществе: политический PR, государственный PR, коммерческий PR, промышленный PR, PR в культурно-развлекательной сфере и в спорте, PR в социальной сфере. Паблик рилейшнз и другие виды коммуникативной деятельности. Общие черты и отличия паблик рилейшнз по ряду таких характеристик как: цель, средства, объект и субъект от пресс-посредничества, промоушна, паблисити, пропаганды, рекламы и маркетинга.

Лекция 1.5. Общественность в PR-сфере. Понятие «общественность». Ее сущностные признаки: публичность социального функционирования и характеристика в качестве субъекта социального взаимодействия как субстанционального субъекта (индивиды и общности людей). Условия становления субстанционального субъекта как элемента общественности. Отличие общественности в широком смысле слова от PR-общественности. Классификация групп общественности, представленная различными подходами. Целевые группы общественности, выделенные по самому общему основанию: внутренняя и внешняя. Подход, выявляющий наиболее конкретные группы общественности и соответствующая классификация Джерри Гендрикса. Ситуативный подход и классификация Ф. Сайтела. Ряд подходов трансоциального характера: психографический, географический и демографический. Подход, выявляющий целевые группы на основе социального влияния: скрытой власти, членства и лидерства. Классификация общественности по характеру отношения к организации: активные и латентные группы. Закономерности функционирования групп общественности. Алгоритм работы пиар-мена с группами общественности. Ранжирование целевых групп на примере метода определения индекса приоритетности по Д. Ньюсому.

Лекция 1.6. Общественное мнение как объект PR-деятельности. Общественное мнение (ОМ) в социологии, психологии и теории связей с общественностью. Содержание

общественного мнения и его структура. Объект и субъекты общественного мнения. Критерии включенности явлений в объекты общественного мнения. Функции ОМ. Форма общественного мнения и три основных компонента структуры ОМ: рациональный, эмоциональный и волевой. Три стадии цикла существования ОМ: возникновение и формирование, функционирование, убывание. Качественные характеристики общественного мнения: направленность ОМ, интенсивность ОМ, стабильность ОМ, информационная насыщенность ОМ, социальная поддержка ОМ. Социально-психологические основы управления общественным мнением. Три типа PR-исследований: социологические исследования, коммуни-кационный аудит, неформальные исследования. Установка как ключевое понятие при формировании ОМ. Ориентация и коориентация. Факторы, обуславливающие индивидуальную ориентацию. Направленность установок: положительные, отрицательные и нейтральные установки. Мотивированная коммуникация и пятиуровневая иерархия потребностей А. Маслоу в качестве ее классической модели. Правила, необходимые к соблюдению PR-специалистом при изменении установки людей.

Лекция 1.7. Место PR в различных коммуникационных системах . RACE – ROSIE – глобальный подход к PR: R – Research (исследование), A – Action (действие), C – Communication (общение), E – Evaluation (оценка). Цикл качества PR С. Беленкова как дополнение к системе RACE – ROSIE. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Маркетинг (в трактовке Ф. Котлера) и группы инструментов продвижения товара: реклама, sales promotion (побуждение к совершению покупок), direct marketing (установление прямых коммуникаций между производителем и потребителем), выставки и ярмарки, а также СО. Методика группировки инструментов продвижения товара с целью оптимального планирования бюджета коммуникационной кампании, включающая группы: ATL (above the line – над чертой) и BTL (below the line – под чертой). «PR – составная часть и координатор системы ИМК» (А. Чумиков и М. Бочаров). Содержание рекламного и PR-послания. Уровни психологического воздействия сообщения на адресата: а) когнитивный; б) аффективный; в) суггестивный; г) конативный. Исторические модели составления идеального обращения: AIDA (Элмера Левиса), ACCA, DIBABA (Г. Гольдмана), DAGMAR (ДАГМАР) (Рассела Колли) и «Одобрение». 8 PR в универсальной коммуникационной системе (УКС). Универсальная коммуникационная цепь и ее структурная формула: «передатчик информации – приемник информации – обратная связь». Этапы УКС в современной версии применительно к PR, где особое внимание уделяется PR-логике и PR-компонентам.

Раздел 2. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью Лекция 1.8. Профессиональная культура и этика PR-специалиста. Правовое обеспечение в сфере связей с общественностью. Служебная и профессиональная этика PR-специалиста. Понятие «социальной ответственности». Этические принципы и нормы как основа профессиональной этики. Сравнительная, нормативная, а также описательная этика и разработанные в ее рамках кодексы профессионального поведения. Правила социального взаимодействия в теории и практике публич рилейшнз. Шесть практических принципов хорошего управления Артура Пейджа. Семь этических моделей практической деятельности в области бизнеса Анне ван дер Мейден: модель восстановления, практическая этика, этика извинений, маскировочная этика, ситуационная этика, двойной моральный стандарт, этика ответственности. Нормы международного права о связях с общественностью. Направление развития российского законодательства о средствах массовой информации.

3.2. Тематика практических занятий

1. Публич рилейшнз: вид деятельности и многоаспектность понятия.
2. Наука пиарология.
3. Связи с общественностью как социальный феномен.

4. PR в современном обществе: сферы функционирования и смежные виды коммуникативной деятельности.
5. Общественность в сфере паблик рилейшнз.
6. Паблик рилейшнз и общественное мнение.
7. PR в различных коммуникационных системах.
8. Профессиональная культура и этика PR-специалиста.
9. Этические модели и правовое обеспечение связей с общественностью.

Планы семинарских занятий

Тема 1. Паблик рилейшнз: вид деятельности и многоаспектность понятия

1. Происхождение понятия паблик рилейшнз.
2. Генезис паблик рилейшнз: предпрофессиональный и профессиональный периоды.
3. Становление паблик рилейшнз в России.
4. Плюрализм подходов к пониманию сущности паблик рилейшнз.

Вопросы для обсуждения

1. Являются ли английское словосочетание «паблик рилейшнз» и русское «связи с общественностью» синонимами, и какие понятия используются для обозначения феномена в других языках?
2. Когда впервые прозвучало понятие «паблик рилейшнз» и в каком значении, а также когда стало использоваться в современном понимании?
3. К какому времени восходят истоки деятельности по воздействию на общественное мнение, где и в какой форме она была представлена?
4. Когда и в какой стране появляется паблик рилейшнз как самостоятельный вид профессиональной деятельности, и какова динамика развития?
5. Какова периодизация становления связей с общественностью в России, включая современный этап функционирования?
6. Чем характерны три основных подхода к определению понятия PR?
7. Каким образом и в чьем определении представлен информационно- коммуникативный характер PR-деятельности?
8. В чем отличие содержательных и инструментальных трактовок определений PR?
9. Насколько близки, по мнению исследователей, понятия «PR» и «коммуникационный менеджмент»?
10. Прокомментируйте следующее определение: PR – это управление восприятием с помощью сознательно организованных коммуникаций.

Творческие задания (темы сообщений)

1. Паблик рилейшнз как профессиональный вид деятельности: история и современность.
2. Паблик рилейшнз в России: становление и современный рынок PR- услуг.
3. Различные подходы к определению понятия PR в зарубежных и российских источниках.

Тема 2. Наука пиарология

1. История становления науки о связях с общественностью.
2. Предмет исследования пиарологии.
3. Задачи, функции, методы и цель пиарологии.
4. Пиарология в системе других наук.

Вопросы для обсуждения

1. Кто и когда ввел термин «пиарология»?
2. Когда началось становление пиарологии как науки, и какими факторами обусловлена необходимость ее возникновения?
3. Что можно считать объектом и предметом исследования пиарологии, и каковы ее отрасли?
4. Каковы задачи и функции пиарологии?
5. Какова иерархия методов пиарологии?

6. Каково место пиарологии в системе других наук (включая характеристику наиболее актуальных взаимосвязей)?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Пиарология: становление и особенности научного знания.
2. Пиарология в контексте междисциплинарных связей.

Тема 3. Связи с общественностью как социальный феномен

1. Общее содержание профессиональной деятельности PR-специалиста.
2. Субъекты и объект паблик рилейшнз.
3. Основные модели взаимосвязи субъектов и объектов PR.
4. Цель, функции, средства и результат паблик рилейшнз.

Вопросы для обсуждения

1. Какие десять основных направлений PR-деятельности выделяет Сэм Блэк? 2. Каким образом дифференцирует функции PR-специалистов профессор И. Яковлев?
3. Каковы функции PR-специалистов в рамках конкретной PR-кампании в соответствии с известным в зарубежной практике алгоритмом?
4. Что является содержательной основой PR-деятельности?
5. Что представляют собой базисные и технологические субъекты PR?
6. Какие группы лиц относятся к числу базисных субъектов PR?
7. Кто принадлежит к группе технологических субъектов PR?
8. Что составляет содержание понятия «объект паблик рилейшнз»?
9. Каковы основные модели взаимосвязи субъектов и объектов PR, согласно американским исследователям Дж. Грунигу и Т. Ханту?
10. Каковы особенности цели и функций паблик рилейшнз?
11. Что включает в себя понятие «средства паблик рилейшнз», и каковы способы их дифференциации?
12. В чем может быть выражен результат паблик рилейшнз, и как формулируются наиболее значимые его аспекты?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Профессиональная деятельность PR-специалиста: направления и функции. 2. Четырехступенчатый алгоритм PR-кампании. «Паблицитный капитал» как результат PR-деятельности.
3. Паблик рилейшнз и коммуникация.
- 4 модели Дж. Грунига и Т. Ханта.

Тема 4. PR в современном обществе: сферы функционирования и смежные виды коммуникативной деятельности

1. Сферы проявления PR-деятельности в современном обществе.
2. Сравнительный анализ паблик рилейшнз и смежных видов коммуникативной деятельности.

Вопросы для обсуждения

1. Каковы особенности развития PR-деятельности в различных сферах современного российского общества?
2. В чем заключаются сходства и отличия PR и пресс-посредничества?
3. Каковы значимые отличия PR от промоушна?
4. Чем характерны точки пересечения PR и паблисити?
5. Каковы возможности взаимодействия PR и пропаганды?
6. В чем заключаются сходства и отличия PR и рекламы?
7. Как соотносятся между собой системы PR и маркетинга?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Сферы функционирования СО в современном обществе.
2. Паблик рилейшнз и другие виды коммуникативной деятельности: пресс-посредничество, паблисити и реклама.

3. Паблик рилейшнз и другие виды коммуникативной деятельности: промоушн, пропаганда и маркетинг.

Тема 5. Общественность в сфере паблик рилейшнз

1. Понятие «общественность» в пиарологии: его сущностные признаки.
2. Спектр подходов для дифференциации групп общественности.
3. Закономерности функционирования групп общественности.
4. Алгоритм работы PR-специалиста с группами общественности.

Вопросы для обсуждения

1. Каковы характеристики двух сущностных признаков общественности?
2. В чем заключается отличие для пиарологии общественности в широком смысле слова от целевой общественности?
3. Что означает «внутренняя» и «внешняя» общественность?
4. Какова классификация групп общественности американского исследователя Дж. Гендрикса?
5. Что такое классификации на основе ситуативного подхода (на примере Ф. Сайтела)?
6. Чем характерен ряд подходов к классификации групп общественности транссоциального характера: психографический, географический и демографический?
7. Каковы группы общественности, выделяемые по особенностям их социального влияния?
8. Какие группы общественности выделяются по характеру их отношения к организации?
9. Каково действие PR-механизма?
10. Каковы значимые закономерности функционирования групп общественности?
11. Какие этапы составляют алгоритм работы PR-специалиста с группами общественности?
12. В чем заключается ранжирование целевых групп на примере метода определения индекса приоритетности по Д. Ньюсому?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Содержание понятий «общественность» и «PR-общественность».
2. Многообразие подходов к классификации групп PR-общественности.
3. Алгоритм работы пиар-мена с группами общественности.

Тема 6. Паблик рилейшнз и общественное мнение

1. Понятие «общественное мнение» в социологии, психологии и пиарологии.
2. Содержание и структура общественного мнения.
3. Социально-психологические основы управления общественным мнением. **Вопросы для обсуждения**

1. Что является основным предметом PR-воздействия на общественность?
2. Какова динамика преобразования понятия «общественное мнение» в ряде трактовок: от социологии и психологии к пиарологии?
3. Что составляет основу содержания общественного мнения, каковы объект и субъекты общественного мнения?
4. Каковы критерии включенности явлений в объекты общественного мнения?
5. Какова иерархия функций общественного мнения?
6. Какие три основных компонента выделяют в структуре общественного мнения?
7. Каковы характеристики трех стадий жизненного цикла общественного мнения?
8. Что составляет качественные характеристики управления общественным мнением?
9. Каковы три наиболее распространенных типа PR-исследований?
10. Что является ключевым понятием в отношении формирования ОМ, и каковы разновидности его направленности?
11. Какие уровни составляют иерархию потребностей А. Маслоу как один из примеров классических моделей мотивации?
12. Каковы значимые для PR-специалиста правила изменения установки людей?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Общественное мнение: понятие, содержание и структура.
2. Управление общественным мнением: социально-психологические основы процесса.

Тема 7. PR в различных коммуникационных системах

1. Система RACE – ROSIE в качестве глобального подхода к PR.
2. Место публичных отношений в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
3. Современная версия универсальной коммуникационной системы применительно к PR.

Вопросы для обсуждения

1. Каковы понятие и сущность ИМК?
2. Каковы этапы известной в мировой практике системы планирования и оценки PR-проектов RACE?
3. В чем особенность развернутого варианта формулы RACE-ROSIE?
4. Какое место занимают СО в более глобальных коммуникационных системах: рыночной (маркетинговой) и универсальной информационной с точки зрения А.Н. Чумикова?
5. На какие группы дифференцируются инструменты продвижения товара, и каково содержание понятий «маркетинг», «sales promotion», «direct marketing»?
6. Согласны ли Вы с тем, что систему ИМК можно понимать и как рыночную систему, и почему?
7. Что является содержанием понятий группа средств ATL (above the line – над чертой) и группа форм BTL (below the line – под чертой)?
8. Кто и когда предложил формулу AIDA, и в чем заключается её сущность?
9. Какова характеристика этапов универсальной коммуникационной цепи (УКЦ) в одной из современных версий применительно к PR?

Творческие задания (темы сообщений)

1. RACE – ROSIE как глобальный подход к PR.
2. Место PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Проекция универсальной коммуникационной системы в сферу PR.

Тема 8. Профессиональная культура и этика PR-специалиста

1. Понятие и содержание профессиональной культуры PR-специалиста.
2. Профессиональная этика специалиста по СО.
3. Коммуникативная культура специалиста по СО.

Вопросы для обсуждения

1. Каково определение понятия «профессиональная культура»?
2. В чем различие профессиональной и служебной этики?
3. Какое место занимает понятие «социальная ответственность» в сфере СО, согласно исследованиям и Вашему мнению?
4. Какие три разновидности этики выделяют исследователи?
5. Какие кодексы профессионального поведения Вы знаете?
6. Что является содержанием понятий «коммуникативная культура» и «коммуникативная культура специалиста по СО»?
7. Каковы характеристики шести практических принципов хорошего управления, предложенных А. Пейджом в качестве правил социального взаимодействия?
8. Какие слова завершают тезис М.А. Шишкиной: «PR-работники, как менеджеры коммуникаций, должны обладать высокой управленческой компетентностью, выраженной в ...»?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Профессиональная этика PR-специалиста.
2. Кодексы профессионального поведения в сфере СО: сравнительная характеристика.

Тема 9. Этические модели и правовое обеспечение связей с общественностью

1. Понятия «этика» и «право».
2. Семь этических моделей современного бизнеса Анне ван дер Мейден.
3. Нормы международного права о связях с общественностью.

4. Российское законодательство о PR-деятельности.

Вопросы для обсуждения

1. Каково содержание понятий «этика» и «право»?
2. Каковы характерные особенности семи этических моделей современного бизнеса?
3. Какая из этих семи моделей представляется Вам наиболее приемлемой и/или эффективной, и почему?
4. В чем заключается проблема юридического определения связей с общественностью?
5. Какие особенности отличают нормы международного права о связях с общественностью, и какие вопросы они регулируют?
6. Когда был принят Закон РФ «О средствах массовой информации», и в каком направлении исследователи видят перспективу его развития?
7. Каковы две главные международные организации, уделяющие внимание разработке международно-правовых норм в области СО?
8. Какие основные федеральные законы РФ, регулирующие рынок массовых коммуникаций и СМИ, Вам известны?

Творческие задания (темы сообщений)

1. Семь этических моделей в практике современного бизнеса по исследованию Анне ван дер Мейден.
2. Правовое регулирование в сфере связей с общественностью: международные нормы и законодательство РФ.

4.6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины

	Содержание самостоятельной работы
1.	Паблик рилейшнз как профессиональный вид деятельности: история и современность.
2.	Паблик рилейшнз в России: становление и современный рынок PR- услуг
3.	Различные подходы к определению понятия PR в зарубежных и российских источниках.
4.	Профессиональная деятельность PR-специалиста: направления и функции.
5.	Четырехступенчатый алгоритм PR-кампании. «Публицитный капитал» как результат PR-деятельности.
6.	Паблик рилейшнз и коммуникация.
7.	4модели Дж. Грунига и Т. Ханта
8.	Содержание понятий «общественность» и «PR-общественность».
9.	Многообразие подходов к классификации групп PR-общественности.
10.	Алгоритм работы пиармена с группами общественности.
11.	Общественное мнение: понятие, содержание и структура.
12.	Управление общественным мнением: социально-психологические основы процесса.
13.	RACE – ROSIE как глобальный подход к PR.
14.	Место PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
15.	Проекция универсальной коммуникационной системы в сферу PR.
16.	Профессиональная этика PR-специалиста.
17.	Кодексы профессионального поведения в сфере СО: сравнительная характеристика.
18.	Семь этических моделей в практике современного бизнеса по исследованию Анне ван дер Мейден.
19.	Правовое регулирование в сфере связей с общественностью: международные нормы и законодательство РФ.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются *текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация*.

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Связи с общественностью в организации работы с молодежью», и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

5.2. Задания для текущего контроля

Коллоквиум № 1

1. Какова краткая характеристика истории становления науки о связях с общественностью?
2. Как, по Вашему мнению, соотносятся словосочетания: «паблик рилейшнз как область знания» и «паблик рилейшнз как сфера деятельности»?
3. Что такое пиарология, каким образом определяются её объект и предмет? 4. Каковы задачи и методы пиарологии?
5. Каково место пиарологии в системе гуманитарных наук, её связь с философией, социологией, политологией, историей, культурологией, экономикой, психологией, конфликтологией?
6. Каковы известные подходы в определении СО?
7. Какие категории входят в понятийный аппарат PR?
8. Каковы цели и задачи связей с общественностью?
9. Что составляет принципы и функции СО?
10. Каковы причины возникновения деятельности СО, а также время и регионы их распространения?
11. Каким образом соотносятся между собой связи с общественностью и: пресс-посредничество, промоушн, паблисити?
12. Каковы сходства и различия между СО и: пропагандой, рекламой, маркетингом?

Коллоквиум № 2

1. Что означают понятия «внутренняя» и «внешняя» общественность?
2. Что такое менталитет, а также какую роль играет его исследование у целевых аудиторий?
3. Каково определение понятия «система СО»?
4. Что представляет собой понятие «контроль» и в чем его смысл, а также какова суть обратной связи в системе СО?
5. По каким направлениям проводится классификация типов граждан? 6. Какова сущность действия PR-механизма?
7. Каковы известные закономерности функционирования групп общественности?
8. Что составляет алгоритм работы специалиста по СО с группами общественности?
9. Какова характеристика 10 основных целевых групп общественности?

10. В чем заключается многозначность понятия «мнение», и каково содержание понятия «общественное мнение»?
11. Каковы наиболее значимые особенности из истории изучения общественного мнения в США?
12. Что составляет основу содержания общественного мнения? Назовите объект и субъекты общественного мнения.
13. Какие три основных компонента выделяют в структуре общественного мнения?
14. Кто такие лидеры мнений?
15. Какие три стадии проходит жизненный цикл общественного мнения?
16. Каковы функции общественного мнения?
17. Каковы известные качественные характеристики общественного мнения?

Коллоквиум № 3

1. Каковы три наиболее распространенных типа PR-исследований в теории PR (кратко прокомментируйте)?
2. Что составляет пять уровней иерархии потребностей А. Маслоу как один из примеров классических моделей мотивации?
3. Каково назначение интервью, анкетирования и наблюдения как примеров модификации опроса?
4. Что составляет структуру вопросника?
5. Каковы типы исследования общественного мнения?
6. Что представляет собой понятие и сущность ИМК?
7. Каково содержание формулы RACE, используемой в мировой практике, как для планирования, так и для оценки PR-проектов, а также более развернутого ее варианта RACE-ROSIE, определяющего стратегию компаний на рынке по целям?
8. Каково место PR в ИМК как части более глобальной системы?
9. Что составляет сущность понятий «маркетинг», «sales promotion», «direct marketing»?
10. Можно ли понимать систему ИМК и как рыночную систему?
11. Что является содержанием понятий «ATL» (above the line – над чертой) и «BTL» (below the line – под чертой)?
12. Кто и когда предложил формулу AIDA, а также в чем заключается её сущность?
13. Чем отличаются маркетинговые коммуникации (МК) от ИМК?
14. Что является основным элементом маркетинговых коммуникаций, а также на основе каких принципов происходит формирование коммуникационной модели маркетинга?

Методические рекомендации для подготовки к коллоквиуму, критерии оценивания

Коллоквиум представляет собой не только одну из форм текущего контроля, но и одну из активных форм учебных занятий, проводимых как в виде беседы преподавателя со студентами, так и в виде семинара, посвященного обсуждению определенной научной темы.

Целями коллоквиума являются: выяснение у студентов знаний, их углубление (повышение) и закрепление по той или иной теме курса; формирование у студентов навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы.

Основная задача коллоквиума - пробудить у студента стремление к чтению и использованию дополнительной литературы.

На коллоквиум могут выноситься как проблемные (нередко спорные теоретические вопросы), так и вопросы, требующие самостоятельного изучения, а также более глубокой проработки.

На самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 3-5 недели. Подготовка включает в себя изучение рекомендованной литературы и составление

конспекта. Коллоквиум проводится либо в форме индивидуальной беседы преподавателя со студентом, либо беседы в небольших группах (3-5 человек).

Коллоквиум оценивается по 7-балльной системе.

Критерии оценки коллоквиума:

7 баллов ставится, если:

1. полно раскрыто содержание материала;
2. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология;
3. показано умение демонстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;
4. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;
5. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;
6. допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию.

6 баллов ставится, если:

1. в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;
2. допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора;
3. допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.

4-5 балла ставится, если:

1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;
2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;
3. студент не может применить теорию в новой ситуации.

2-3 балла ставится, если:

1. не раскрыто основное содержание учебного материала;
2. обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала;
3. допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Текущая и промежуточная аттестация. Использование рейтинговой системы сопровождается повышением мотивации студентов к освоению дисциплины за счёт более высокой дифференциации оценки их учебной работы.

Главным приоритетом модульного обучения с использованием рейтинговой оценки знаний являются:

- систематическая и интенсивная работа студента в течение всего учебного года;
- объективность оценки выполнения каждым студентом каждого учебного поручения;
- стандартность заданий и предъявление их всем студентам в одинаковых условиях.

Рейтинговая система даёт преподавателю новые возможности:

- контролировать ход усвоения каждым студентом и учебной группой изучаемого материала;
- своевременно вносить коррективы в организацию учебного процесса по результатам текущего рейтингового контроля;
- рационально планировать учебный процесс;

– точно и объективно определять итоговую оценку по дисциплине с учетом текущей успеваемости и экзамена.

Курс обучения, охватывающий все темы рабочей программы дисциплины, разбивается на тематические разделы-модули, контроль по которым обязателен. Модуль совпадает с блоком тем учебной программы; в модуле определены цели и задачи изучения данного материала, а также умения и навыки, которые должен приобрести студент в процессе изучения данного раздела. При изучении каждой темы модуля проводится текущий контроль по следующим видам деятельности: коллоквиум, письменная контрольная работа, тестовый контроль, посещение лекций.

5.1.2. Оценочные материалы для выполнения рефератов

Примерные темы рефератов по дисциплине «Связи с общественностью в организации работы с молодежью»

1.	Паблик рилейшнз как профессиональный вид деятельности: история и современность.
2.	Паблик рилейшнз в России: становление и современный рынок PR- услуг
3.	Различные подходы к определению понятия PR в зарубежных и российских источниках.
4.	Профессиональная деятельность PR-специалиста: направления и функции.
5.	Четырехступенчатый алгоритм PR-кампании. «Публичный капитал» как результат PR-деятельности.
6.	Паблик рилейшнз и коммуникация.
7.	4модели Дж. Грунига и Т. Ханта
8.	Содержание понятий «общественность» и «PR-общественность».
9.	Многообразие подходов к классификации групп PR-общественности.
10.	Алгоритм работы пиармена с группами общественности.
11.	Общественное мнение: понятие, содержание и структура.
12.	Управление общественным мнением: социально-психологические основы процесса.
13.	RACE – ROSIE как глобальный подход к PR.
14.	Место PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
15.	Проекция универсальной коммуникационной системы в сферу PR.
16.	Профессиональная этика PR-специалиста.
17.	Кодексы профессионального поведения в сфере СО: сравнительная характеристика.
18.	Семь этических моделей в практике современного бизнеса по исследованию Анне ван дер Мейден.
19.	Правовое регулирование в сфере связей с общественностью: международные нормы и законодательство РФ.

Методические рекомендации по написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Требования к реферату: Общий объем реферата 20 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25. Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо

выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. **Уровень оригинальности текста – 60%**

Критерии оценки реферата:

«отлично» (4 балла) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (3 балла) – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (2 балла) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее 2 баллов) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

5.1.3. Оценочные материалы для выполнения эссе по дисциплине Связи с общественностью в организации работы с молодежью

Эссе представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Написание и защита эссе на аудиторном занятии используется в дисциплине в целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме страховой деятельности, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью эссе обучающийся глубже постигает наиболее сложные проблемы данной дисциплины, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Примерные темы эссе:

1. Что является содержанием понятий «коммуникативная культура» и «коммуникативная культура специалиста по СО»?
2. Каковы характеристики шести практических принципов хорошего управления, предложенных А. Пейджом в качестве правил социального взаимодействия
3. Какие слова завершают тезис М.А. Шишкиной: «PR-работники, как менеджеры коммуникаций, должны обладать высокой управленческой компетентностью, выраженной в ...»?
4. В чем особенность развернутого варианта формулы RASE-ROSIE?
5. Какое место занимают СО в более глобальных коммуникационных системах: рыночной (маркетинговой) и универсальной информационной с точки зрения А.Н. Чумикова?
6. На какие группы дифференцируются инструменты продвижения товара, и каково содержание понятий «маркетинг», «sales promotion», «direct marketing»?
7. Согласны ли Вы с тем, что систему ИМК можно понимать и как рыночную систему, и почему?
8. Что является содержанием понятий группа средств ATL (above the line – над чертой) и группа форм BTL (below the line – под чертой)?
9. Кто и когда предложил формулу AIDA, и в чем заключается её сущность?
10. Какова характеристика этапов универсальной коммуникационной цепи (УКС) в одной из современных версий применительно к PR?
11. Каковы функции PR-специалистов в рамках конкретной PR-кампании в соответствии с известным в зарубежной практике алгоритмом?
12. 4. Что является содержательной основой PR-деятельности?
13. Что представляют собой базисные и технологические субъекты PR?

Требования к эссе:

Подготовка и публичная защита эссе способствует формированию речевой культуры, закреплению его знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления истории и современности, вести научную полемику.

Введение эссе необходимо для обоснования актуальности темы и предполагаемого метода рассуждения. *Основная часть эссе* содержит рассуждения по теме, то есть раскрытие темы, ответ на поставленные вопросы, аргументы, примеры и так далее. Все существенное содержание работы должно быть изложено в основной части. *Заключение эссе* должно содержать выводы и рекомендации по выбранной теме исследования. Эссе должно отвечать требованиям читабельности, последовательности и логичности.

Общий объём эссе 5-7 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Уровень оригинальности текста – 60%.

Критерии оценки эссе

5 баллов ставится, если обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к публичной коммуникации;

4 балла – обучающийся достаточно полно, но без творческих находок выполнил возложенные на него задачи;

3 балла – обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы;

менее 3 баллов – обучающийся выполнил лишь отдельные несущественные поручения;

0 баллов – задание не выполнено.

5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится **три таких контрольных мероприятия по графику**.

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре в течение учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» в виде проведения зачета.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. История становления науки о связях с общественностью.
2. Предмет и задачи науки о связях с общественностью.
3. Характеристика понятия «пиарология».
4. Методы пиарологии.
5. Множество определений связей с общественностью (PR), основные научные подходы к их систематизации.
6. Цели и задачи СО.
7. Принципы и функции СО.
8. Причины возникновения деятельности СО (паблик рилейшнз).
9. Рынок услуг по связям с общественностью.
10. СО и другие виды коммуникативной деятельности (пресс- посредничество, промоушн, паблисити, пропаганда, реклама, маркетинг).
11. Характеристика понятия «общественность».
12. Классификация групп общественности.
13. Целевые аудитории в СО.
14. Характеристика понятия «система СО».
15. Контроль в системе СО. Сущность и функции контроля.
16. Исследование менталитета и ценностей PR-активности.
17. Действие PR-механизма.
18. Характеристика понятия «общественное мнение».
19. История изучения общественного мнения.
20. Содержание и структура общественного мнения.
21. Методика исследования общественного мнения.
22. Количественные параметры изучения общественного мнения.
23. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК). СО как компонент ИМК.
24. PR в системе ИМК.
25. Правило RACE.
26. Цикл качества PR.
27. Коммуникационная модель маркетинга.
28. Понятия «этика» и «право», их характеристика в системе связей с общественностью.

29. Нормы международного права о связях с общественностью.
30. Российское законодательство о PR-деятельности.
31. Правовые основы управления информацией.
32. СО: между информационным и маркетинговым правом.
33. Понятие профессиональной культуры. 34. Содержание профессиональной культуры специалиста по СО.
35. Коммуникативная культура специалиста по СО.
36. Профессиональная этика специалиста по СО.

Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации:

«отлично» (30 баллов) – получают обучающиеся, которые свободно ориентируются в материале и отвечают без затруднений. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий, постановке целей и выборе путей их реализации. Работа выполнена полностью без ошибок, решено 100% задач;

«хорошо» (25 баллов) – получают обучающиеся, которые относительно полно ориентируются в материале, отвечают без затруднений, допускают незначительное количество ошибок. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий. Работа выполнена полностью, но имеются не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Допускаются незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«удовлетворительно» (20 баллов) – получают обучающиеся, у которых недостаточно высок уровень владения материалом. В процессе ответа на экзамене допускаются ошибки и затруднения при изложении материала. Обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач;

«неудовлетворительно» (15 баллов) – получают обучающиеся, которые допускают значительные ошибки. Обучающийся имеет лишь начальную степень ориентации в материале. В работе число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50% задач.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.

– *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 – баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины во 5 семестре является зачет .

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Критерии оценки качества освоения дисциплины

Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Таблица 7.

Результаты обучения	Основные показатели	Вид	оценочного
---------------------	---------------------	-----	------------

<i>(компетенции)</i>	<i>оценки результатов обучения</i>	<i>материала, обеспечивающие формирование компетенций</i>
<p>- ОПК-1. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <p>– специфику средств массовой информации и коммуникации, их особенности и влияние на молодёжь; особенности разработки и распространения проектов информирования молодёжи.</p>	<p> типовые оценочные материалы для устного опроса (<i>раздел 5.1.1</i>); примерные темы эссе (<i>раздел 5.1.3</i>); типовые оценочные материалы к экзамену (<i>раздел 5.2</i>).</p>
	<p>– Уметь:</p> <p>ориентироваться в информационных и телекоммуникационных услугах, ресурсах и программных продуктах, распространенных по территории России для молодёжи; осуществлять мониторинг, сбор и обработку информации об основных тенденциях молодёжной среды; осуществлять взаимодействие со СМИ, создавать тексты для различных каналов коммуникации; работать в сети Интернет, осуществлять сбор, обработки и размещение информации.</p>	<p> примерные темы рефератов (<i>раздел 5.1.2</i>).</p>
	<p>– Владеть: навыками формирования организационного и информационного пространства при взаимодействии с различными социальными структурами и институтами общества, со СМИ для реализации молодежной политики</p>	<p> примерные темы рефераты (<i>раздел 5.1.2</i>); примерные темы эссе (<i>раздел 5.1.3</i>).</p>

ОПК-1. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	<i>Знать:</i> методологические принципы применения организационных и управленческих технологий, возможности использования инновационных технологий в работе с молодежью	типовые оценочные материалы для устного опроса (<i>раздел 5.1.1</i>); примерные темы эссе (<i>раздел 5.1.3</i>); типовые оценочные материалы к экзамену (<i>раздел 5.2.</i>).
	<i>Уметь:</i> использовать инновационные технологии, разрабатывать материалы для информационного сопровождения; работать в информационном поле	примерные темы рефератов (раздел 5.1.2.).
	<i>Владеть:</i> инновационными приемами и методиками организации работы среди молодежи; технологией коммуникативного взаимодействия с молодежью.	примерные темы рефераты (раздел 5.1.2).; примерные темы эссе (раздел 5.1.3).

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить формирование у студентов способности организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными средствами массовой информации. Сформированные компетенции должны содействовать его способности выработать навыки практического применения принципов и технологий коммуникаций в общественно-политических молодежных организациях.

7. Учебно-методические материалы по дисциплине:

Основная литература

1. Савруцкая, Е.П. Связи с общественностью: Вводный курс : учебное пособие / Е.П. Савруцкая. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 239 с. - ISBN 978-5-4458-8839-0 ;
1. Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д., Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества, Тамбов ТГТУ, 2015.
2. Евстафьев В.А., Молин А.В., Организация и практика работы рекламного, Москва: Дашков и К, 2016.
3. Дроздов Р.К., Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [Текст] : учебно-методическое пособие, РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань: РГУ, 2016.
4. Дзялошинский И.М., Современное медиапространство России [Текст] : учебное пособие, Москва: Аспект Пресс, 2015.

Дополнительная литература

1. Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичных рилейнз. Уч.пос. - М., 2008

2. Основы теории коммуникации: Учебник. / Под ред. проф. М.А. Василика. – М., 2005.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. Учебник. - М., 2009.
4. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. – М., 2004.
5. Смирнов Б.А., Долгополова Е.В. Психология деятельности в экстремальных ситуациях. – М. 2007.
6. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – М., 2004.

Периодические издания

1. журнал «PR-диалог» - www.pr-dialog.ru
2. журнал "Советник" - www.SOVETNIK.ru
3. журнал «Сообщение» - www.soob.ru

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»,

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU и др.
- Электронно-библиотечная система «BOOK.ru»

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.

7.5. Методические указания по проведению учебных занятий.

Учебная работа по дисциплине «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» состоит из контактной работы (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы. Соотношение лекционных и практических занятий к общему количеству часов соответствует учебному плану направления подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью.

Для подготовки к практическим занятиям необходимо рассмотреть контрольные вопросы, при необходимости обратиться к рекомендуемой литературе, записать непонятные моменты в вопросах для уяснения их на предстоящем занятии.

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Связи с общественностью в организации работы с молодежью»

Цель курса «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» - формирования у студентов научных представлений о паблик рилейшнз, включая понятийный аппарат пиарологии, а также умение проецировать различные аспекты теоретического знания на соответствующие сферы прикладной деятельности PR; знакомство с профессиональной культурой, способствующее формированию этических ориентиров в деятельности PR-специалиста.

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины, обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят рефераты и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы

на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

Курс изучается на лекциях, практических занятиях, при самостоятельной и индивидуальной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к семинарским занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к семинарским занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованной литературы приведены в рабочей программе

В ходе изучения дисциплины обучающийся имеет возможность подготовить реферат по теме, предлагаемого в Рабочей программе дисциплины списка. Выступление с докладом по реферату в группе проводится в форме презентации с использованием мультимедийной техники.

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В процессе лекционных занятий целесообразно конспектировать учебный материал. Для этого используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры. Возможно использование магистрантами современных методов конспектирования, к примеру, метод ментальных карт.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Практические занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы обучающихся. Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации

преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к практическому занятию зависит от формы, места проведения занятия, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание реферата (с последующим их обсуждением), эссе, коллоквиум.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе.

По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий – это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том

случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью *изучающего* чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.
2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:
 - медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
 - выделить ключевые слова в тексте;
 - постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.
3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования. Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к экзамену должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Процесс написания реферата включает: выбор темы; подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение; составление плана; написание текста работы и ее оформление; устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов. Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения. Общий объем реферата 20 листов.

Технические требования к оформлению реферата следующие. Реферат оформляется на листах формата А4, с обязательной нумерацией страниц, причем номер страницы на

первом, титульном, листе не ставится. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25. Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль. На титульном листе реферата нужно указать: название учебного заведения, факультета, номер группы и фамилию, имя и отчество автора, тему, место и год его написания. Рекомендуемый объем работы складывается из следующих составляющих: титульный лист (1 страница), содержание (1 страница), введение (1 – 2 страницы), основная часть, которую можно разделить на главы или разделы (10 – 15 страниц), заключение (1 – 3 страницы), список литературы (1 страница), приложение (не обязательно). Если реферат содержит таблицу, то ее номер и название располагаются сверху таблицы, если рисунок, то внизу рисунка.

Содержательные части реферата – это введение, основная часть и заключение. Введение должно содержать рассуждение по поводу того, что рассматриваемая тема актуальна (то есть современна и к ней есть большой интерес в настоящее время), а также постановку цели исследования, которая непосредственно связана с названием работы. Также во введении могут быть поставлены задачи (но не обязательно, так как работа невелика по объему), которые детализируют цель. В заключении пишутся конкретные, содержательные выводы.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7 - 10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения обсуждаемому выставляется соответствующая оценка.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе – это небольшое по объему сочинение, не претендующее на полноту изложения материала. Эссе содержит основные мысли на заданную тему, излагается лаконично и сжато. Однако ответ на поставленный в названии к эссе вопрос должен быть дан, или, если тема сформулирована в виде утверждения, то оно должно быть подтверждено или опровергнуто.

В курсе планируется написание как минимум два эссе в течение семестра, которые охватывают все темы дисциплины. Темы эссе объявляются заранее, поэтому у студентов есть возможность внимательно поработать с литературой и другими источниками информации, задать интересующие вопросы преподавателю, кратко сформулировать основные мысли, касающиеся вопроса эссе.

При написании эссе обычно используется ряд источников, которые служат базой для личных рассуждений автора, но которые не обязательно указывать в конце сочинения (однако при желании в конце эссе может быть приведен список используемой литературы). Использованные источники позволят автору дать содержательный и обоснованный ответ на вопрос темы эссе, а также обосновать личную точку зрения на затрагиваемую проблему. Источниками могут быть как учебные пособия, так и публицистические и научные статьи в периодической печати и Интернете. В эссе может быть использована статистика для подтверждения высказываний, однако в силу небольшого объема сочинения, эссе не должно быть перегружено цифрами.

Стиль эссе – научный. Требования к объему эссе по данной дисциплине – 5-7 страниц текста формата А4 шрифт размера 14, интервал 1,5. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25. Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Методические рекомендации по подготовке сообщений

Подготовка материала для сообщения (доклада) аналогична поиску материалов для реферата и эссе. По объему текст, который рекомендуется использовать для сообщения, близок к объему текста эссе: для устного сообщения – не более трех страниц печатного текста. Если сообщение делается в письменном виде – объем его должен быть 3 – 5 страниц.

Устное сообщение может сопровождаться презентацией. Рекомендуемое количество слайдов – около 10. Текст слайда должен дополнять информацию, которая произносится докладчиком во время выступления. Полностью повторять на слайде текст выступления не целесообразно. Приоритет при написании слайдов отдается таблицам, схемам, рисункам, кратким заключениям и выводам.

В сообщении должна быть раскрыта заявленная тема. Приветствуется внимание аудитории к докладу, содержательные вопросы аудитории и достойные ответы на них поощряются более высокой оценкой выступающему.

Время выступления – 10 – 15 минут.

Литература и другие источники могут быть найдены обучающимся самостоятельно или рекомендованы преподавателем (если возникнут сложности с поиском материала по теме); при предложении конкретной темы сообщения преподаватель должен ориентироваться в проблеме и уметь направить студента.

Методические рекомендации для подготовки к зачету

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений обучающихся по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой. К зачету допускаются студенты, набравшие 36 и более баллов по итогам текущего и промежуточного контроля. На зачете студент может набрать от 15 до 30 баллов.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка обучающегося к зачету включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы экзамена.

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ОПОП перечень материально-технического обеспечения включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения практических занятий (оборудованные учебной мебелью), компьютерные классы и др.

По дисциплине «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющая наиболее эффективно освоить представленный учебный материал/

При проведении занятий лекционного типа, семинарских занятий используются:

лицензионное программное обеспечение:

- Продукты Microsoft (Desktop EducationALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription);

- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition;
- свободно распространяемые программы:*
- WinZip для Windows - программ для сжатия и распаковки файлов;
 - Adobe Reader для Windows – программа для чтения PDF файлов;
 - Far Manager - консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативной версией официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху – дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)

в рабочую программу по дисциплине «Связи с общественностью в организации работы с молодежью» по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью на _____ учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры ОРМ протокол № ____ от "____" _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____