**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»**
**(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)**

УТВЕРЖДАЮ
И.о. Декан факультета Р
_____ Шматко А. Д.
(подпись) ФИО
«31» 05 2022

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
# ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

| | |
|---|---|
| **Направление/специальность подготовки** | **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** |
| **Специализация/профиль/программа подготовки** | **Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении** |
| **Уровень высшего образования** | **Бакалавриат** |
| **Форма обучения** | **Очная** |
| **Факультет** | **Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации** |
| **Выпускающая кафедра** | **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ** |
| **Кафедра-разработчик рабочей программы** | **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ** |

| КУРС | СЕМЕСТР | ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ) | ЧАСЫ (по наличию видов занятий) | | | | | | | | | ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ | АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ | | | | САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА | | | | |
| | | | | ВСЕГО | ЛЕКЦИИ | ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ | ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ | ВСЕГО | КУРСОВОЙ ПРОЕКТ | КУРСОВАЯ РАБОТА | ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ | |
| 1 | 2 | 4 | 144 | 51 | 17 | 0 | 34 | 93 | 0 | 18 | 75 | диф. зач. |

Санкт-Петербург
2022 г.

8311

*ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ _____
Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____



8311

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**Разделы рабочей программы**


1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


**Приложения к рабочей программе дисциплины**


- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

# 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

| |
|---|
| ОПК-1 — способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| ОПК-4 — способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности |

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

***ОПК-1***

*знания:*

на уровне представлений:

- основные концепции и направления связей с общественностью;
- нормативные основания связей с общественностью;

на уровне воспроизведения:

- технологии связей с общественностью в современных рыночных условиях;

на уровне понимания:

- знать сущность, предпосылки и условия развития деятельности по связям с общественностью;
- институциональную структуру профессиональной деятельности;

*умения:*

теоретические:

- уметь выполнять аналитическую и организационную работу при подготовке концепций, планов, графиков кампаний по связям с общественностью;

*навыки:*

- навыками проведения ситуационного анализа;
- навыками подготовки и продвижения продукции PR-деятельности.

***ОПК-4***

*знания:*

на уровне воспроизведения:

- специфику взаимодействия со средствами массовой информации;

*умения:*

практические:

- применять нормы, приемы и методы PR при реализации коммуникационных программ;
- формулировать и аргументированно излагать собственное видение проблем коммуникации и предлагать способы их разрешения;

*навыки:*

- владеть навыками критического анализа источников информации;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ФИЛОСОФИЯ, КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **БРЕНДИНГ И ИМИДЖ В ПОЛИТИКЕ, ВВЕДЕНИЕ В МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-7 — Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
- УК-1 — Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
- УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- УК-5 — Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

# 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

## 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

| КУРС | СЕМЕСТР | Наименование разделов и дидактических единиц | ВСЕГО | Аудиторные занятия в контактной форме | | | Самостоятельная работа студентов | Формируемая компетенция, % | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | ВСЕГО | Лекции | Практические занятия | | ОПК-1 | ОПК-4 |
| 1 | 2 | **Раздел 1. Public relations (PR) как область знаний и сфера профессиональной деятельности.** Многообразие определений PR как прикладной социальной науки. Теоретические подходы к пониманию PR. Содержание и функции PR. Отличие PR от таких понятий, как лоббизм, advocacy, реклама, пропаганда. Основные сферы PR-деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 2. История public relations.** Возникновение и развитие связей с общественностью. Специфика проявления PR в античности, средневековье и Новом времени. Особенности PR в XX веке. Отцы-основатели PR (Айви Ли, Э. Бернайс, С. Блэк). Основные вехи институционализации PR. Этапы эволюции и будущее PR. Становление PR в России. Профессиональные издания. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов PR. | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 3. Этика профессионального поведения.** Этические нормы профессионального поведения: общечеловеческие этические нормы и корпоративные. Социальная, корпоративная и профессиональная ответственность. Этические дилеммы. Этические стандарты PR-деятельности в России и за рубежом. Неформальные способы регулирования PR-деятельности: традиции, религиозные нормы, общественное мнение. Кодексы профессионального поведения в связях с общественностью: Афинский, Лиссабонский, Венецианский, Американский, Российский и др. Стандарты, сертификация, лицензирование, профессиональные службы и ассоциации. | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 4. Правовые основы регулирования деятельности в PR.** Правосознание PR-менеджера. Правовое регулирование связей с общественностью. Законы и нормативные акты. Российские законы о СМИ, о рекламе, авторских правах, правах потребителя. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 5. Профессиональные требования к PR-специалисту.** Функции и роль PR-специалиста. Основные профессиональные требования к PR-специалисту в коммерческих и некоммерческих организациях. PR-специалист в политике. Требования, предъявляемые отечественными работодателями к пиарщику. Специфика поиска работы в России. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 6. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности.** Общественность и ее разновидности. Общественность как социальное явление. Общественность за пределами организации. Общественное мнение: понятие, этапы теоретического осмысления, структура и функции. Формирование мнений и удовлетворение ожиданий общественности. Референтные группы, целевые аудитории и их формирование. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 7. Прикладные социологические исследования в PR.** Назначение социологических исследований в PR. Виды исследований. Выборка: типы и виды. Определение размера выборки. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью и анкетные опросы. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Компьютерные программы обработки массивов данных. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 8. Средства коммуникации в PR.** Понятие коммуникации. Основная модель коммуникации. Вербальные, невербальные. Фирменный стиль: особенности формирования. Корпоративные коммуникации и окружающее пространство. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 9. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа.** Имидж корпорации и коммуникация. Корпоративная философия. Отношения с персоналом и общественностью как способ формирования внешнего и внутреннего образа корпорации. «Слоган» как элемент корпоративной конструкции. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 10. Планирование в PR.** Стратегическое планирование. Основные этапы и характеристика. Цели, программы и стратегии PR. Реализация запланированных действий и коммуникаций. Оценка программы, обратная связь и корректирование. Составление календарных планов, графиков Тантта, блок-схем и PERT-диаграмм. Планирование рутинных (стандартных) событий. Особенности планирования нерутинных (нестандартных) событий. Смета, бюджет, время проведения, критерии оценок осуществления программ. Электронные, аудиовизуальные коммуникации в PR. Выставки, ярмарки, Интернет и другие. Средства массовой коммуникации (СМК), средства массовой информации (СМИ) во взаимоотношениях с PR. Отношения PR с журналистикой. | 12 | 6 | 2 | 4 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 11. Оценка эффективности PR-кампаний.** Основные принципы оценки эффективности PR. Основные составляющие PR-оценки. Контент-анализ, анализ гиперпространства, опрос общественного мнения и оценка эффективности специально подготовленных событий как основные методы оценки влияния PR. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 12. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ.** Отношения со СМИ — важнейшая составляющая PR. Функции PR-специалиста — ответственного за связи с прессой. Мониторинг информации. Материалы СМИ и PR (пресс-релиз, ньюс-релиз, бэкгаунд, пресс-кит, авторская статья, обзорная статья и другие). Требования к подготовке пресс-релиза. Медиакарта и медиалист. Медиарекламирование. Брифинги и пресс-конференции. Интервью (заочное, очное косвенное, очное прямое). PR и Интернет. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | **Раздел 13. Управление PR в кризисных ситуациях.** Понятие кризиса. Виды, типология кризисов. Противоречие, конфликт, кризисная ситуация, кризисный менеджмент. Коммуникации во время кризиса. Методика планирования кризисных ситуаций. Работа с целевыми аудиториями в экстремальных условиях. «Тлеющий» кризис — повседневная реальность. Мониторинг, прогноз и современная антикризисная корректировка PR-событий. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 14. Спонсоринг и фандрайзинг в PR.** Понятие «sponsoring» и «fund-raising». Преимущества спонсоринга. Основания для выделения средств. Основы мотивирования спонсора: фандрайзинг. Подготовка документов и моделей. Переговоры с потенциальным спонсором. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
| 1 | 2 | **Раздел 15. PR в избирательных кампаниях.** Избирательные технологии и PR в избирательных кампаниях: сходства и различия. Универсальная система PR-действий RACE — исследование, планирование, коммуникация и оценка на выборах. Особенности управления сознанием. Особенности российских избирательных кампаний: торжество «черного PR». | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 8 | 8 |
| 1 | 2 | **Раздел 16. PR-служба и фирма: структура и функции.** Служба PR в работе с персоналом и с руководителем. Имиджмейкинг руководителя. PR-отдел на фирме или услуги PR-агентства? Преимущества создания службы PR. Преимущества привлечения внешних консультантов. Функции профессионала PR. PR-служба в органах государственной власти. Управление делами Президента РФ, Госдума, ЦОС ФСНП. | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 8 | 8 |
| **Всего за 2 семестр** | | | 144 | 51 | 17 | 34 | 93 | 100 | 100 |
| **Всего по дисциплине** | | | 144 | 51 | 17 | 34 | 93 | 100 | 100 |

## 3.2. Аудиторный практикум

| № п/п | Номер и наименование раздела дисциплины | Тема практического занятия | Объем, ауд. часов |
|---|---|---|---|
| 1 | Раздел 1. Public relations (PR) как область знаний и сфера профессиональной деятельности. | Отличие PR от таких понятий, как лоббизм, advocacy, реклама, пропаганда. | 2 |
| 2 | Раздел 2. История public relations. | Особенности PR в XX веке. | 2 |
| 3 | Раздел 3. Этика профессионального поведения. | Кодексы профессионального поведения в связях с общественностью: Афинский, Лиссабонский, Венецианский, Американский, Российский и др. | 2 |
| 4 | Раздел 4. Правовые основы регулирования деятельности в PR. | Правовое регулирование связей с общественностью. | 2 |
| 5 | Раздел 5. Профессиональные требования к PR-специалисту. | Основные профессиональные требования к PR-специалисту в коммерческих и некоммерческих организациях | 2 |
| 6 | Раздел 6. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности. | Референтные группы, целевые аудитории и их формирование. | 2 |
| 7 | Раздел 7. Прикладные социологические исследования в PR. | Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью и анкетные опросы. | 2 |
| 8 | Раздел 8. Средства коммуникации в PR. | Фирменный стиль: особенности формирования. | 2 |
| 9 | Раздел 9. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа. | «Слоган» как элемент корпоративной конструкции. | 2 |
| 10 | Раздел 10. Планирование в PR. | Составление календарных планов, графиков Тантта, блок-схем и PERT-диаграмм. | 4 |
| 11 | Раздел 11. Оценка эффективности PR-кампаний. | Контент-анализ, анализ гиперпространства, опрос общественного мнения и оценка эффективности специально подготовленных событий как основные методы оценки влияния PR. | 2 |
| 12 | Раздел 12. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ. | Требования к подготовке пресс-релиза. | 2 |
| 13 | Раздел 13. Управление PR в кризисных ситуациях. | Методика планирования кризисных ситуаций. | 2 |
| 14 | Раздел 14. Спонсоринг и фандрайзинг в PR. | Переговоры с потенциальным спонсором. | 2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 15 | Раздел 15. PR в избирательных кампаниях. | Избирательные технологии и PR в избирательных кампаниях: сходства и различия. | 2 |
| 16 | Раздел 16. PR-служба и фирма: структура и функции. | Управление делами Президента РФ, Госдума, ЦОС ФСНП. | 2 |
| **Всего за 2 семестр** | | | 34 |

**3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)**

| № п/п | Номер и наименование раздела дисциплины | Содержание учебного задания | Объем, часов |
|---|---|---|---|
| 1 | Раздел 1. Public relations (PR) как область знаний и сфера профессиональной деятельности. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Отличие PR от таких понятий, как лоббизм, advocacy, реклама, пропаганда». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 1. | 5 |
| 2 | Раздел 2. История public relations. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Особенности PR в XX веке». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 2. | 5 |
| 3 | Раздел 3. Этика профессионального поведения. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Кодексы профессионального поведения в связях с общественностью: Афинский, Лиссабонский, Венецианский, Американский, Российский и др.». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 3. | 5 |
| 4 | Раздел 4. Правовые основы регулирования деятельности в PR. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Правовое регулирование связей с общественностью.». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 4. | 6 |
| 5 | Раздел 5. Профессиональные требования к PR-специалисту. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные профессиональные требования к PR-специалисту в коммерческих и некоммерческих организациях». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 5. | 6 |
| 6 | Раздел 6. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Референтные группы, целевые аудитории и их формирование». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 6. | 6 |
| 7 | Раздел 7. Прикладные социологические исследования в PR. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью и анкетные опросы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 7. | 6 |
| 8 | Раздел 8. Средства коммуникации в PR. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Фирменный стиль: особенности формирования.». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 8. | 6 |
| 9 | Раздел 9. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Слоган» как элемент корпоративной конструкции». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 9. | 6 |
| 10 | Раздел 10. Планирование в PR. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Составление календарных планов, графиков Тантта, блок-схем и PERT-диаграмм». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 10. | 6 |
| 11 | Раздел 11. Оценка | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Контент- | 6 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | эффективности PR-кампаний. | анализ, анализ гиперпространства, опрос общественного мнения и оценка эффективности специально подготовленных событий как основные методы оценки влияния PR». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 11. | |
| 12 | Раздел 12. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Требования к подготовке пресс-релиза». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 12. | 6 |
| 13 | Раздел 13. Управление PR в кризисных ситуациях. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методика планирования кризисных ситуаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 13. | 6 |
| 14 | Раздел 14. Спонсоринг и фандрайзинг в PR. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Переговоры с потенциальным спонсором». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 14. | 6 |
| 15 | Раздел 15. PR в избирательных кампаниях. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Избирательные технологии и PR в избирательных кампаниях: сходства и различия». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 15. | 6 |
| 16 | Раздел 16. PR-служба и фирма: структура и функции. | Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Управление делами Президента РФ, Госдума, ЦОС ФСНП». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 16. | 6 |
| **Всего за 2 семестр** | | | 93 |

**3.4. Курсовая работа**

| СОДЕРЖАНИЕ ЭТАПА | ПЕРИОД ИСПОЛНЕНИЯ (недели семестра) | ПЛАНИРУЕМОЕ ВРЕМЯ (час) |
|---|---|---|
| Этап 1. Подготовительный: выбор и утверждение темы курсовой работы, обоснование её актуальности, изучение степени научной разработанности проблематики, аналитической обзор литературы по теме курсовой работы. Составление плана курсовой работы. | 1 - 3 | 4 |
| Этап 2. Исследовательский: постановка цели и задач курсовой работы; определение объекта и предмета исследования; характеристика современного состояния изучаемой проблемы, методологического аппарата, который предполагается использовать; изучение основных литературных источников, сбор фактического материала для курсовой работы, анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в исследовательской работы области проводимого исследования, а также предполагаемый личный вклад автора в разработку темы. | 4 - 13 | 11 |
| Этап 3. Заключительный: написание заключения, формирование списка использованных источников и оформление курсовой работы по требованиям ГОСТ 7-32. | 14 - 15 | 2 |
| Этап 4. Защита курсовой работы. | 16 - 16 | 1 |
| **Всего за 2 семестр** | | 18 |

## 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| СЕМЕСТР | НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 2 | | Докл | КР | Докл | | ДР | | Докл | | ДР | | Докл | КР | Докл | КР | ДР | Вопр.Диф.Зач, диф. зач. |

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Докл – доклад;
- КР – курсовая работа;
- Вопр.Диф.Зач – вопросы к дифференцированному зачету;
- диф. зач. – дифференцированный зачет.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- курсовая работа;
- вопросы к дифференцированному зачету.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:


1. О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью. Москва: Изд-во Финакад., 2020, эл. рес.
2. С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. С. М. Емельянов. Теория и практика связей с общественностью. Москва: Юрайт, 2019, эл. рес.


5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. https://urait.ru — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов..

Современные профессиональные базы данных:

1. https://rusneb.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. https://cyberleninka.ru/ - Научная электронная библиотека «Киберленинка»; http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. http://www.consultant.ru/- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**6.1. Лекционные занятия:**

1. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

**6.2. Практические занятия:**

1. Проектор.

**6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

## Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:
ОПК-1 способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;
ОПК-4 способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с общим представлением о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти, пониманием принципов профессиональной этики, представлением об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах, ознакомлением с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью, полным и системным представлением о понятийном аппарате теории связей с общественностью, формированием представления о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации, представлением о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах, обучением базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью, демонстрацией деятельности по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:
- диагностическая работа;
- доклад;
- курсовая работа;
- вопросы к дифференцированному зачету.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:
- дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **4** з.е., **144** ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия **(17 ч.)**, практические занятия **(34 ч.)**, самостоятельная работа студента **(93 ч)**.

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 ч., из них 51 ч. аудиторных занятий, и 93 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

| Наименование работы | Рекомендуемая литература | Трудоемкость, час. |
|---|---|---|
| **Раздел 1. Public relations (PR) как область знаний и сфера профессиональной деятельности.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Отличие PR от таких понятий, как лоббизм, advocacy, реклама, пропаганда». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 1. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3)<br>С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4) | 5 |
| Итого по разделу 1 | | 5 |
| **Раздел 2. История public relations.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Особенности PR в XX веке». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 2. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3)<br>С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (1) | 5 |
| Итого по разделу 2 | | 5 |
| **Раздел 3. Этика профессионального поведения.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Кодексы профессионального поведения в связях с общественностью: Афинский, Лиссабонский, Венецианский, Американский, Российский и др.». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 3. | С. М. Емельянов. Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2019 (2)<br>О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 5 |

| | | |
|---|---|---|
| Итого по разделу 3 | | 5 |
| **Раздел 4. Правовые основы регулирования деятельности в PR.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Правовое регулирование связей с общественностью.». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 4. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (3)<br>О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 4 | | 6 |
| **Раздел 5. Профессиональные требования к PR-специалисту.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные профессиональные требования к PR-специалисту в коммерческих и некоммерческих организациях». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 5. | С. М. Емельянов. Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2019 (2-3)<br>О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 5 | | 6 |
| **Раздел 6. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Референтные группы, целевые аудитории и их формирование». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 6. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (1)<br>О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 6 | | 6 |
| **Раздел 7. Прикладные социологические исследования в PR.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью и анкетные опросы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 7. | С. М. Емельянов. Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2019 (1)<br>О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 7 | | 6 |
| **Раздел 8. Средства коммуникации в PR.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Фирменный стиль: особенности формирования.». Чтение | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с | 6 |



8311

| | | |
|---|---|---|
| основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 8. | общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4) | |
| Итого по разделу 8 | | 6 |
| **Раздел 9. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Слоган» как элемент корпоративной конструкции». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 9. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (6) | 6 |
| Итого по разделу 9 | | 6 |
| **Раздел 10. Планирование в PR.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Составление календарных планов, графиков Тантта, блок-схем и PERT-диаграмм». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 10. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4) О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 10 | | 6 |
| **Раздел 11. Оценка эффективности PR-кампаний.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Контент-анализ, анализ гиперпространства, опрос общественного мнения и оценка эффективности специально подготовленных событий как основные методы оценки влияния PR». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 11. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (1-2) О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 11 | | 6 |
| **Раздел 12. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Требования к подготовке пресс-релиза». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 12. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4-5) О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. | 6 |

| | | |
|---|---|---|
| | Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | |
| Итого по разделу 12 | | 6 |
| **Раздел 13. Управление PR в кризисных ситуациях.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методика планирования кризисных ситуаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 13. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (3) | 6 |
| Итого по разделу 13 | | 6 |
| **Раздел 14. Спонсоринг и фандрайзинг в PR.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Переговоры с потенциальным спонсором». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 14. | С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4-5) О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) | 6 |
| Итого по разделу 14 | | 6 |
| **Раздел 15. PR в избирательных кампаниях.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Избирательные технологии и PR в избирательных кампаниях: сходства и различия». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 15. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (6) | 6 |
| Итого по разделу 15 | | 6 |
| **Раздел 16. PR-служба и фирма: структура и функции.** | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Управление делами Президента РФ, Госдума, ЦОС ФСНП». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных по разделу 16. | О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. . Связи с общественностью: Москва: Изд-во Финакад., 2020 (1-3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (5) | 6 |
| Итого по разделу 16 | | 6 |

# ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- доклад;
- вопросы к дифференцированному зачету;
- курсовая работа;
- дифференцированный зачет.

**Критерии оценивания**

**Диагностическая работа**
Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

**Доклад**
1. Отличие PR от таких понятий, как лоббизм, advocacy, реклама, пропаганда.
2. Особенности PR в XX веке.
3. Кодексы профессионального поведения в связях с общественностью: Афинский, Лиссабонский, Венецианский, Американский, Российский и др.
4. Правовое регулирование связей с общественностью.
5. Основные профессиональные требования к PR-специалисту в коммерческих и некоммерческих организациях
6. Референтные группы, целевые аудитории и их формирование.
7. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью и анкетные опросы.
8. Фирменный стиль: особенности формирования.
9. «Слоган» как элемент корпоративной конструкции.
10. Составление календарных планов, графиков Тантта, блок-схем и PERT-диаграмм.
11. Контент-анализ, анализ гиперпространства, опрос общественного мнения и оценка эффективности специально подготовленных событий как основные методы оценки влияния PR.
12. Требования к подготовке пресс-релиза.
13. Методика планирования кризисных ситуаций.
14. Переговоры с потенциальным спонсором.
15. Избирательные технологии и PR в избирательных кампаниях: сходства и различия.
16. Управление делами Президента РФ, Госдума, ЦОС ФСНП.

Критерии оценивания:
Для получения положительной оценки доклад должен отвечать следующим условиям:
• соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы;
• соответствие целям и задачам дисциплины;
• постановка проблемы, корректное изложение смысла основных научных идей, их теоретическое обоснование и объяснение;
• логичность и последовательность в изложении материала;
• способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами, справочной и энциклопедической литературой;
• объем исследованной литературы и других источников информации;
• способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса;
• умение извлекать информацию, соответствующую поставленной цели, и перераспределять информацию;
• навыки планирования и управления временем при выполнении работы;
• обоснованность выводов;
• правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);

• соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления правилам компьютерного набора текста).

**Вопросы к дифференцированному зачету**

1. Определение предмет и цели ПР.
2. Паблик рилейшнз и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля, пропаганда).
3. Принципы и функции паблик рилейшнз.
4. Первоистоки ПР.
5. Зарождение основ профессии паблик рилейшнз в Америке институционализация паблик рилейшнз в США.
6. Отцы-основатели ПР, первые профессионалы-пиэрмены.
7. Этические нормы поведения ПР-специалиста (Кодекс профессионального поведения ИПРА (Венецианский), Афинский кодекс, Лиссабонский кодекс). Общее и особенное.
8. Особенности регулирования сферы ПР в России.
9. Профессиональные требования к ПР-специалисту.
10. Процесс коммуникации и его элементы.
11. Способы влияния на общественное мнение.
12. Имидж и его природа (понятия «стереотипа»).
13. Свойства имиджа.
14. Компоненты и основания имиджа организации.
15. ПР-реклама имиджа.
16. Основные этапы процесса стратегического планирования. Целевое планирование (цели выхода, цели влияния).
17. Как заполучить «хорошую прессу»?
18. Правила составления пакета для прессы.
19. Правила проведения пресс-конференции.
20. Правила проведения брифинга.
21. Правила проведения интервью.
22. Подход к работникам средств информации.
23. Типология кризисов.
24. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
25. Факторы, дающие о себе знать в условиях кризиса.
26. Ошибки, совершаемые организацией в условиях кризиса.
27. Практические шаги по преодолению кризиса.
28. Коммуникация в кризисных ситуациях (факторы успеха).
29. Как бороться со слухами?
30. Определение «спонсоринга». Пять постулатов сути пожертвовании.
31. Правила занятия благотворительностью.
32. Попечительство.
33. Определение «фандрайзинга». Правила работы со спонсорами.
34. Мотивы, побуждающие вкладывать деньги.
35. Определение и особенности избирательной кампании.
36. Общие принципы организации избирательной кампании.
37. Кто такой кандидат на выборную должность.
38. Правила подготовки кандидата.
39. Штатный персонал избирательной кампании.
40. Организационные схемы избирательной кампании.
41. Добровольцы и правила работы с ними.
42. Кампания «от двери до двери».
43. Кампания активизации явки избирателей на выборы.
44. Высшее руководство ПР-службы.
45. Условия, необходимые для качественной работы ПР-служб.
46. Компетентность работников ПР-отдела.
47. Размер организации и объем ПР-функций.
48. Функциональные обязанности отдела паблик рилейшнз.
49. ПР-отдел организации: преимущества и недостатки.
50. Консультативная ПР-фирма: преимущества и недостатки.

**Курсовая работа**

1. Возникновение и становление института связей с общественностью.
2. Основные направления и пути развития связей с общественностью в мире.
3. Соотношение понятий и функций связей с общественностью и маркетинга в организации.

4. Роль связей с общественностью в государственном управлении.
5. Типология, организация и деятельность отделов связей с общественностью.
6. Позиционирование объекта связей с общественностью.
7. Стратегия формирования благоприятного общественного мнения по методике Э. Бернейза.
8. Задачи и функции связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
9. Специфика связей с общественностью в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях.
10. Этика и ответственность в связях с общественностью.
11. Приемы и методы создания имиджа и управления репутацией.
12. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
13. Отрасли-лидеры по использованию приемов и методов связей с общественностью.
14. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью.
15. Виды презентаций.
16. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
17. Основные виды информационных, служебных, имиджевых документов в связях с общественностью.
18. Основные виды специальных ПР-мероприятий.
19. Использование СМИ в деятельности связей с общественностью.
20. Антикризисные связи с общественностью.
21. Формирование корпоративного стиля и корпоративной культуры в организации.
22. Классификация ПР-агентств.
23. Повышение конкурентных преимуществ организаций за счет совершенствования службы связей с общественностью.
24. Техника создания новостного повода.
25. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
26. Массовые мероприятия городской администрации.
27. Деятельность специалиста по связям с общественностью в политике, бизнесе, управлении.
28. Приемы и методы изучения общественного мнения.
29. Символы и мифы в ПР-кампании.
30. Стратегия активного информирования общественности.
31. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью.
32. Создание пресс-релиза.
33. Оценка эффективности связей с общественностью.
34. Подготовка и реализация кампаний по связям с общественностью.

Автор работы должен показать творческое отношение к изучаемой теме, продемонстрировать свое отношение к исследуемой проблеме, основанное на глубоком изучении научной литературы, обосновать и защитить выводы научного исследования по избранной теме. В процессе подготовки к написанию курсовой работы студенты должны приобрести навыки самостоятельного поиска и подбора необходимой литературы, глубокого осмысления прочитанных источников в целях накопления и использования полученной научной информации для правильного освещения вопросов выбранной темы.

Рецензирование курсовой работы

Написанная студентом курсовая работа сдается на рецензирование. В рецензии студент получает ответы на вопросы: как глубоко он изучил данную тему по литературным источникам; правильно ли составил план написания курсовой работы и соответствует ли её содержание этому плану; насколько правильно в работе раскрыто содержание темы и т.д.

Защита курсовой работы

Защита и оценка курсовой работы – это подведение итогов самостоятельной работы студента по изучению дисциплины. Аргументом в подготовке к защите курсовой работы является рецензия преподавателя. В ней может быть дана предварительная оценка в форме вывода: «работа допускается к защите» или «работа не допускается к защите».

Работа не допускается к защите, если она не носит самостоятельный характер, списана из литературных источников или у другого автора, если основные вопросы не раскрыты, изложена схематично, фрагментарно, в тексте содержатся ошибки, научный аппарат оформлен неправильно, текст написан небрежно. Если работа не допущена к защите, то она должна быть студентом переработана в соответствии с замечаниями и вновь представлена. При этом необходимо приложить титульный лист и рецензию на прежнюю работу. Таким образом, подготовка к защите курсовой работы включает устранение ошибок и недостатков, изучение дополнительных источников, указанных в рецензии, осмысление написанного в работе, подготовке к объяснению любых приведенных в работе пожеланий рецензента. В ходе защиты курсовой работы задача студента – показать углубленное понимание вопросов конкретной темы, хорошее владение материалом.

Критерии оценивания

При оценке курсовой работы учитываются следующие критерии по четырехбалльной шкале от 2 «неудовлетворительно» до 5 «отлично» с последующим определением арифметической средней оценки из общей суммы полученных баллов:
• соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы;
• соответствие целям и задачам дисциплины;
• постановка проблемы, корректное изложение смысла основных научных идей, их теоретическое обоснование и объяснение;
• логичность и последовательность в изложении материала;
• способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами, справочной и энциклопедической литературой;
• объем исследованной литературы и других источников информации;
• способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса;
• умение извлекать информацию, соответствующую поставленной цели, и перераспределять информацию;
• навыки планирования и управления временем при выполнении работы;
• обоснованность выводов;
• правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);
• соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления правилам компьютерного набора текста).
Оценку «отлично» получают те работы, которые максимально соответствуют заявленным критериям, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний литературы по данной теме.
Оценка «хорошо» ставится тогда, когда работа соответствует большей части заявленных критериев, в работе полно и всесторонне раскрыты все вопросы темы, но нет должной степени творчества.
Оценку «удовлетворительно» имеют те работы, которые на базовом уровне соответствуют заявленным критериям и в которых правильно освещаются основные вопросы темы, но не проявилось умение логически стройного изложения материала, самостоятельного анализа литературы, отдельные ошибочные положения.
Оценку «неудовлетворительно» студент получает в случае, когда его работа не соответствует большинству или всем заявленным критериям, когда в ходе защиты курсовой работы студент не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

**Дифференцированный зачет**

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.
На дифференцированный зачет выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.
Знания обучающихся оцениваются по четырех бальной системе с выставлением обучающимся итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».
Допуск к дифференцированному зачету осуществляется на основании успешного прохождения промежуточной аттестации.
Оценка «отлично» при приеме дифференцированного зачета выставляется в случае:
• полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
• уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
• логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.
Оценка «хорошо» при приеме дифференцированного зачета выставляется в случае:
• недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
• нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.
Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».
Оценка «удовлетворительно» при приеме дифференцированного зачета выставляется в случае:
• невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
• допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
• допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
• существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
• отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
• невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.
Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».
Оценка «неудовлетворительно» при приеме дифференцированного зачета выставляется в случае:
• отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
• невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
• допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
• скрытное или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
• невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
• невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;
Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».
Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.
Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:
• необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам.

Паспорт фонда оценочных средств

| КУРС | СЕМЕСТР | Наименование разделов и дидактических единиц | ВСЕГО | Аудиторные занятия в контактной форме | | | Самостоятельная работа студентов | Формируемая компетенция, % | | НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | ВСЕГО | Лекции | Практические занятия | | ОПК-1 | ОПК-4 | |
| 1 | 2 | **Раздел 1. Public relations (PR) как область знаний и сфера профессиональной деятельности.** | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 2. История public relations.** | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 3. Этика профессионального поведения.** | 8 | 3 | 1 | 2 | 5 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 4. Правовые основы регулирования деятельности в PR.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 5. Профессиональные требования к PR-специалисту.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 6. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 7. Прикладные социологические исследования в PR.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 8. Средства коммуникации в PR.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 9. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 10. Планирование в PR.** | 12 | 6 | 2 | 4 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | **Раздел 11. Оценка эффективности PR-кампаний.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 12. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 13. Управление PR в кризисных ситуациях.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 14. Спонсоринг и фандрайзинг в PR.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 15. PR в избирательных кампаниях.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 8 | 8 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету |
| 1 | 2 | **Раздел 16. PR-служба и фирма: структура и функции.** | 9 | 3 | 1 | 2 | 6 | 8 | 8 | Доклад, Вопросы к дифференцированному зачету, Курсовая работа |
| **Всего за 2 семестр** | | | 144 | 51 | 17 | 34 | 93 | 100 | 100 | |
| **Всего по дисциплине** | | | 144 | 51 | 17 | 34 | 93 | 100 | 100 | |