Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____Иванов А.Г.
подпись

«29» мая 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.13.01 РАБОТА В ТВОРЧЕСКОЙ СТУДИИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2015

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.13.01 Работа в творческой студии составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание _____ подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.13.01 Работа в творческой студии утверждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий
протокол № 9 «12» мая 2015 г.
Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П. _____
фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий
протокол № 9 «12» мая 2015 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 09-15 «26» мая 2015 г.
Председатель УМК факультета Демина Л.И. _____
фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:

Ю.В. Лучинский, доктор филологических наук, проф., зав. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

М.В. Адамова, первый заместитель главного редактора краевой газеты «Кубань Сегодня»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – изучить на практике специфику работы в творческой студии рекламы и связей с общественностью; сформировать у будущих специалистов практические навыки в области работы современных российских пресс-служб, отделов пресс-служб, рекламы и ПР.

1.2 Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии»:

– овладение теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;

– понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб;

– привитие студентам знаний и умений в области информационной работы государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения;

– знакомство с основными функциями и особенностями работы пресс-служб разных уровней власти, общественных организаций и коммерческих структур.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении преддипломной практики.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-8**	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;	специфику организации и проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	применять принципы проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	навыками PR-мероприятий силами профильной организационной структуры

2.	**ПК-16**	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	основы редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов	использовать навыки редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов	Навыками редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО).*

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			9			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		-			-	-
Занятия лекционного типа		-			-	-
Лабораторные занятия		10	10		-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		-	-		-	-
Иная контактная работа:		-	-		-	-
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-		-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2		-	-
Самостоятельная работа, в том числе:		**22**	**22**			
Курсовая работа – не предусмотрено		-	-		-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		-	-		-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, отчетов о выполнении лабораторных работ)		**18**	**18**		-	-
Реферат		2	2		-	-
Подготовка к текущему контролю		2	2		-	-
Контроль:		**3,8**	**3,8**			
Подготовка к экзамену		-	-		-	-
Общая трудоемкость	**час.**	**36**	36		-	-
	в том числе контактная работа	**10,2**	**10,2**		-	-
	зач. ед	**1**	1		-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(заочная форма).*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС

1	2	3	4	5	6	7
1.	Структура и принципы организации современной пресс-службы.	19			1	18
2.	Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.	3			1	2
3.	Планирование и организация работы пресс-службы.	4			2	2
	Итого по дисциплине:	26			4	22

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа не предусмотрены.

2.3.2 Занятия семинарского типа не предусмотрены.

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Структура и принципы организации современной пресс-службы. Задание: проанализировать эффективность деятельности пресс-службы компании (по выбору студента), подготовить отчет по следующим критериям: 1) Численный состав пресс-службы компании, занимаемые должности, распределенный функционал. 2) Планирование и отчетность пресс-службы компании. Формы планирования и отчетности, применяемые в конкретной пресс-службе. 3) Взаимодействие со средствами массовой информации. Формы организации работы, список СМИ, с которыми сотрудничает организация. Мотивация СМИ в работе с конкретной компанией. 4) Спичрайтинг в деятельности пресс-службы. Особенности подготовки, типы текстов с примерами. Пресс-службы (по выбору студента): - информационно-аналитическое управление администрации г.Краснодара; - пресс-служба КРО ВПП «Единая Россия»; - пресс-службы УФССП по Краснодарскому краю; - пресс-служба «Базел аэро»; - пресс-служба администрации Краснодарского края; - пресс-центр АО «Раффайзенбанк» и другие.	Отчет по лабораторной работе
2.	Организация рекламной компании открытия магазина-салона Задание: разработать план рекламной компании (целевая аудитория, период РК, каналы коммуникации, частота размещения, планируемый бюджет), посвященной открытию магазина сети (по выбору студента) в заданном микрорайоне города Краснодара. Сети магазинов по выбору: - «Зималетто» (мкр.Панорама); - «Кровельный центр» (ул.Уральская);	Отчет по лабораторной работе

	- «Бауцентр» (мкр.МХГ); - «Все для рыбалки» (мкр.Юбилейный); - «Оптовик» (мкр.Энка); - «Zara» (мкр.Гидростоителей) и др.	
3.	Организация event-мероприятия, посвященного открытию бизнеса сферы услуг, в г. Краснодаре (по выбору студента). Задание: разработать концепцию (название, цель и задачи, целевая аудитория и участники мероприятия, анонсирование, описание мероприятия, объемы и источники финансирования) и план event-мероприятия (№ п/п, наименование, сроки реализации, формы проведения, дизайн оформления, подарки/скидки гостям и участникам), посвященного открытию бизнеса сферы услуг, в г. Краснодаре (по выбору студента). Компании по выбору: - «Охранное агентство «Нива Охрана»; - Кофейня «Библиотека кофе»; - Салон маникюра Елены Лениной; - Барбершоп «Бородач»; - Сеть химчисток-прачечных «Снежинка»; - Частный детский сад «Карапуз Land»; - СТО и шиномонтаж «Протектор-АВТО» и другие.	Отчет по лабораторной работе
4.	Подготовка и проведение пресс-конференций Задание: подготовить пакет необходимых материалов для организации пресс-конференции (пресс-релиз, список приглашаемых СМИ, речь выступающего, ответы на предполагаемые вопросы) по случаю: - ареста Кокорина и Мамаева, пресс-конференцию проводит ФК Краснодар; - пропажа журналиста Саудовской Аравии Джамаля Гашоджи пресс-конференцию проводит посольство Саудовской Аравии в США; - Сбербанк и Яндекс.Касса запустили сервис моментальных онлайн-платежей для предпринимателей, пресс-конференцию проводит Сбербанк; - Суммы курортного сбора по итогам курортного сезона. Проблемы и перспективы. Пресс-конференцию проводит Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края и другие.	Отчет по лабораторной работе
5.	Разработка персонального сайта организации Задание: подготовить бриф на разработку персонального сайта организации (по выбору студента): - «Охранное агентство «Нива Охрана»; - Кофейня «Библиотека кофе»; - Салон маникюра Елены Лениной; - Барбершоп «Бородач»; - Сеть химчисток-прачечных «Снежинка»; - Частный детский сад «Карапуз Land»; - СТО и шиномонтаж «Протектор-АВТО» и другие.	Отчет по лабораторной работе
6.	Подготовка официальных опровержений в СМИ Задание: подготовить текстовый материал-опровержение для СМИ по случаю. (В СМИ и экологические организации «просочилась» информация о выбросах вредных веществ в атмосферный воздух из цехов Абинского металлургического завода, якобы завод открывает заслонки и без использования фильтров в ночное время осуществляет	Отчет по лабораторной работе

	выбросы в воздух. Вы работаете в пресс-службе завода. Ваши действия?).	
7.	Антикризисный пиар Задание: Вы – Директор магазина. Вы давно работаете в компании «Zimaletto». Вас вызывает вас к себе руководитель и сообщает следующее: «Поскольку вы – опытный сотрудник и отлично зарекомендовали себя, мы направляем вас работать в магазин, имеющий самые худшие результаты по всей компании. В подразделении процветает конфликтность и безынициативное отношение к работе. В то же время, любое воздействие со стороны руководства воспринимается крайне негативно и, если в чем коллектив и проявляет единодушие, так это в различных формах саботажа и противодействия начальству. О лояльности компании говорить не приходится, умышленная порча имущества - обычное дело. Кроме того, мотивация сотрудников ужасающе низка, свои должностные обязанности они воспринимают как крайнюю форму надругательства над их личной свободой, а топ-менеджеров считают чуть ли не надзирателями, достойными, в лучшем случае, презрения. Ваша задача – разработать план выведения данного подразделения из кризисной ситуации: инициировать мероприятия как по привлечению клиентов в данный магазин, так и по формированию корпоративной культуры, повышению мотивации персонала.	Отчет по лабораторной работе
8.	Продвижение персонального бренда в сети Интернет Задание: разработать план мероприятий по формированию и поддержанию персонального бренда в сети Интернет (по выбору студента).	Отчет по лабораторной работе
9.	Пресс-папка как ключевой инструмент работы PR-менеджера Задание: подготовить пресс-папку одной из компаний (по выбору студента), которая должна включать: • бэкграунд, или история компании; • биографии руководителя; • корпоративный буклет; • годовой отчет; • описание продукции/услуг; • кейсы (познавательные примеры); • факт-лист; • пресс-релизы за последние 2–3 месяца; • фотографии продукции компании.	Отчет по лабораторной работе
10.	Организация работы пресс-службы Задание: подготовить реферат на одну из предложенных тем: 1. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам. 2. Сравнительный анализ деятельности отдела по связям с общественностью государственных, коммерческих и некоммерческих организаций. 3. Место отдела СО в системе корпоративного менеджмента. 4. Роль отдела по связям с общественностью в реализации маркетинговой политики предприятия. 5. Топ-менеджмент и отдел по связям с общественностью («доминантная коалиция»). 6. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ. 7. Роль отдела по связям с общественностью в подержании корпоративного единства и методы работы с персоналом.	Отчет по лабораторной работе

	8. Фирменный стиль как основа корпоративной идентичности. 9. Виды публичной речи. 10. Бриф: определение, структура, типология.	
11.	Подготовка пресс-релизов Задание: используя информационный повод, описанный в новости на сайте REG.RU, подготовить на ее основе корпоративный пресс-релиз для рассылки целевым СМИ (отраслевые, деловые).	Отчет по лабораторной работе
12.	Разработка краткосрочных кампаний по продвижению интернет-услуг Задание: предложить идею краткосрочной кампании по продвижению интернет-услуги (по выбору студента).	Отчет по лабораторной работе
13.	Разработка собственной продукции для брендстор компании Задание: в компании Х существует собственный Брендстор, где выставлены на продажу фирменные вещи и гаджеты. Необходимо пополнить ассортимент магазина новой новогодней продукцией под зимнюю тематику. Цель — придумать новые товары для: 1 — корпоративных подарков партнерам; 2 — продажи в фирменном Брендсторе. Необходимо продумать несколько вариаций как недорогих подарков, так и VIP. Подарок должен быть брендирован логотипом компании Х и сопутствовать его хозяину весь год.	Отчет по лабораторной работе
14.	Составление SEO-текстов для наполнения сайта компании Задание: составить текст с использованием предлагаемых ключевых фраз для наполнения контента сайта компании. Отдельно предложенные фразы не должны разрываться и должны содержаться в одном предложении. Размер текста 1000 – 2500 знаков с пробелами.	Отчет по лабораторной работе
15.	Мониторинг средств массовой информации Задание: провести мониторинг определенного события (по выбору студента) освещения в средствах массовой информации Краснодарского края	Отчет по лабораторной работе
16.	Организация работы отдела по связям с общественностью. Задание: подготовить реферат на одну из предложенных тем (по выбору студента): 1. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам. 2. Сравнительный анализ деятельности отдела по связям с общественностью государственных, коммерческих и некоммерческих организаций. 3. Место отдела СО в системе корпоративного менеджмента. 4. Роль отдела по связям с общественностью в реализации маркетинговой политики предприятия. 5. Топ-менеджмент и отдел по связям с общественностью («доминантная коалиция»). 6. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ. 7. Роль отдела по связям с общественностью в подержании корпоративного единства и методы работы с персоналом. 8. Фирменный стиль как основа корпоративной идентичности. 9. Виды публичной речи. 10. Бриф: определение, структура, типология.	Реферат

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176 Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. – 373 с. – ISBN 978-985-08-1318-3; [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id=89360. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558 Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - М. : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458 Романов, А.А. Разработка рекламного продукта [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 255 с. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник для студентов вузов / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - 5-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 406 с.
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176 Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. – 373 с. – ISBN 978-985-08-1318-3; [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id=89360. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва :

		Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558 Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - М. : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458 Романов, А.А. Разработка рекламного продукта [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 255 с. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник для студентов вузов / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - 5-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 406 с.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа,

– в форме аудиофайла,

– в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа,

– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

При изучении дисциплины «Работа в творческой студии» используются следующие образовательные технологии: занятие – мозговой штурм, ролевая игра, активизация творческой деятельности, метод малых групп, компьютерная стимуляция, разбор тактических задач и кейсов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

2.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

2.1.1 Примерная тематика лабораторных занятий:

Тема: Структура и принципы организации современной пресс-службы.

Задание:

Проанализировать эффективность деятельности пресс-службы компании (по выбору студента), подготовить отчет по следующим критериям:

1) Численный состав пресс-службы компании, занимаемые должности, распределенный функционал.

2) Планирование и отчетность пресс-службы компании. Формы планирования и отчетности, применяемые в конкретной пресс-службе.

3) Взаимодействие со средствами массовой информации. Формы организации работы, список СМИ, с которыми сотрудничает организация. Мотивация СМИ в работе с конкретной компанией.

4) Спичрайтинг в деятельности пресс-службы. Особенности подготовки, типы текстов с примерами.

Пресс-службы (по выбору студента):

- информационно-аналитическое управление администрации г.Краснодара;
- пресс-служба КРО ВПП «Единая Россия»;
- пресс-службы УФССП по Краснодарскому краю;
- пресс-служба «Базел аэро»;
- пресс-служба администрации Краснодарского края;
- пресс-центр АО «Раффайзенбанк» и другие.

2.1.1 Примерная тематика рефератов:

1. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам.
2. Сравнительный анализ деятельности отдела по связям с общественностью государственных, коммерческих и некоммерческих организаций.
3. Место отдела СО в системе корпоративного менеджмента.
4. Роль отдела по связям с общественностью в реализации маркетинговой политики предприятия.
5. Топ-менеджмент и отдел по связям с общественностью («доминантная коалиция»).
6. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ.
7. Роль отдела по связям с общественностью в подержании корпоративного единства и методы работы с персоналом.
8. Фирменный стиль как основа корпоративной идентичности.
9. Виды публичной речи.
10. Бриф: определение, структура, типология.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание

фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

– характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);

– степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);

– качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Функциональные принципы построения отдела по связям с общественностью.
2. Основные направления деятельности отдела по связям с общественностью.
3. Виды отделов по связям с общественностью.
4. Сравнительная характеристика специфики отделов по связям с общественностью в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях.
5. Тактика взаимодействия отдела по связям с общественностью с ключевыми корпоративными структурами.
6. Роль отдела по связям с общественностью в реализации маркетинговой политики предприятия.
7. Структура отдела по связям с общественностью.
8. Планирование работы отдела по связям с общественностью.
9. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отдела СО.
10. Документы отдела по связям с общественностью.
11. Положение об отделе по связям с общественностью.
12. Должностные инструкции специалистов отдела по связям с общественностью.
13. Текущая документация и хранение документов.
14. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам.
15. Представительские функции отдела по связям с общественностью.
16. Профессиональная этика в работе отдела СО.
17. Внутрифирменный PR.
18. Основные направления формирования корпоративной культуры.
19. Основы формирования фирменного стиля.
20. Виды корпоративных PR-мероприятий.
21. Виды имиджевых корпоративных документов: презентационный буклет, корпоративная газета, буклет «Профиль фирмы», годовой отчет и т.д.
22. Исследовательское направление деятельности отдела по связям с общественностью.
23. Аналитическое направление деятельности отдела по связям с общественностью.
24. Рекламно-издательское направление деятельности отдела по связям с общественностью.
25. Спичрайтинг: написание текста, подготовка устного публичного выступления.

26. Системы обратной связи с персоналом.

27. Способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью.

28. Бриф: определение, структура, типология.

29. Правила составления PR-brief для агентств и консалтинговых фирм.

30. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Тендерные конкурсы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- оценка «не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой

для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176

2. Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. – 373 с. – ISBN 978-985-08-1318-3; [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id=89360.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Романов, А.А. Разработка рекламного продукта [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 255 с.

2. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник для студентов вузов / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - 5-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 406 с.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/

2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: http://search.rsl.ru/en/record/01008481880

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

– освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

– планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

– самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

– выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

– сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ГОС ВО по данной дисциплине:

– самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

– предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

– в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчётности по результатам самостоятельной работы;

– предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

– использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

– использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

4.2. Методические рекомендации по выполнению рефератов

Реферат представляет собой краткое изложение самостоятельных выводов по определённой проблеме, включающий обзор соответствующих источников или изложение сути статей и других материалов.

Реферат должен отвечать определенным требованиям (стандартам) по содержанию и оформлению. Реферат, как краткое изложение в письменном виде результатов изучения научной проблемы, состоит из: введения, глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

Реферат представляет собой обзор литературы по какой-либо проблеме (изложение содержания работ, книг, статей, с обозначением позиций их авторов по соответствующим вопросам). Автор реферата анализирует, сопоставляет эти позиции и высказывает свою позицию. Текст реферат обязательно должен включать ссылки на источники, обозначенные в списке литературы с указанием страниц.

Структура реферата:

1. Титульный лист.
2. Развернутый план реферата (включая введение и заключение).
3. Текст, соответствующий пунктам плана с краткими выводами по каждому пункту.
4. Список использованной литературы.

Реферат должен иметь объем не менее 15 страниц формата А 4, кегель 14, интервал 1,5, верхнее и нижнее поле 2 см., правое – 1,5 см., левое – 3 см. Возможны художественные иллюстрации, рисунки, таблицы. Реферат скрепляется в папку скоросшиватель. Письменно выполненный реферат представляется в форме устного доклада в рамках практического занятия. Докладчику предоставляется 15-20 минут для доклада по заявленной теме.

Реферат по проблемной теме в рамках изучаемой дисциплины (модуля) должен содержать иллюстративный материал либо приложение к нему электронной презентации формата программы Microsoft PowerPoint, записанной на диске.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) –

дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

В процессе освоении дисциплины используются следующие информационные технологии:

- проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты;
- использование электронных презентаций при защите рефератов.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Microsoft Microsoft Windows 7.8, 8.1 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 370-АЭФ/2014 от 2 декабря 2014г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» :
3. Договор № 0303/2015 от 3 марта 2015г.
4. Договор № 2207/2015 от 22 июля 2015г
5. ЭБС «ZNANIUM.COM» http://www.znanium.com/ ООО «НИЦ ИНФРА-М» Договор № 0711/2014/3 от 7 ноября 2014.
6. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 77/2015 от 11 ноября 2015 г.
7. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 2611/2015 от 26 ноября 2015г.
8. ЭБС BOOK.ru http://www.book.ru/ ООО «КноРус медиа» Договор № 2311/2015 от 23 ноября 2015 г.

ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1401/2016 от 14 января 2016 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

10.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Аудитория для лабораторных занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектов, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
4.	Самостоятельная	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной

	работа	работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)