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
_____Хагуров Т.А.
подпись
«__4__» _апреля_ 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Б1.В.04 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Магистерская программа «Паблик рилейшнз»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.В.04 Организация работы отдела по связям с общественностью составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Паблик Рилейшнз»

Программу составил(и):
А.А. Бельтюков, доц., канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.04 Организация работы отдела по связям с общественностью утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы — подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы — подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.
Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы — подпись

Рецензенты:

П.Т. Сопкин, кандидат филологических наук, доц., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства ФГБОУ ВО «КубГУ»

В.В. Кирилишина, руководитель по связям с общественностью Автохолдинг КЛЮЧАВТО

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

1.2 Задачи дисциплины:

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениям.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Организация работы отделов по связям с общественностью» входит относится к вариативной части Блока 1 учебного плана. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 – «Журналистика».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Современные теории массовой коммуникации», «Технологии создания ПР-текстов», «Теория и практика связей с общественностью».

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.	ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные	специфику профессиональной деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации	осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации	навыками профессиональной деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		различия			
2.	ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	принципы осуществления профессиональной деятельности, организации тактической работы, базируясь на знании современных информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ	осуществлять профессиональную деятельность, формировать профессиональную структуру отделов, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ	навыками осуществления профессиональной деятельности, основными инструментами управленческой деятельности, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ
3.	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	принципы планирования управленческой, осуществления организационных, мотивационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития организации	внедрять в повседневные процессы и организовывать работу подразделения на основе эффективных программ тайм-менеджмента, грамотно выставлять задачи, учитывая приоритеты стратегии развития организации	навыками осуществления и координирования деятельности отдела, как структурной единицы организации, контролируя выполнение поставленных задач на основе расстановки приоритетов срочности-важности.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зач.ед., их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО)*

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			4			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		**12**	**12**			
Занятия лекционного типа		6	6			
Лабораторные занятия						
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	6			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа – не предусмотрено						
Проработка учебного (теоретического) материала		24	24			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	4			
Реферат		4	4			
Подготовка к текущему контролю		24	24			
Контроль:						
Подготовка к экзамену		3,8	3,8			
Общая трудоемкость	**час.**	**72**	**72**			
	в том числе контактная работа	**12,2**	**12,2**			
	зач. ед	**2**	**2**			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	12	2	2		8
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	12	2	2		8

3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	12	2	2		8
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	8				6
5.	Внутрифирменный PR	8				6
6.	Исследования в работе отелов рекламы и связей с общественностью	8				6
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	6				6
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью. Итоговое занятие.	8				8
	Итого по дисциплине:		6	6		56

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	Функциональный принцип построения рекламного и PR-отдела. Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия. Целесообразность и задачи подразделения в структуре коммерческих, государственных и общественных организациях. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Базовые документы по рекламе и PR.	Конспект лекций
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Профессии в сфере связей с общественностью.	Конспект лекций
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Планирование и программирование работы подразделения. Разработка общекорпоративной стратегии предприятия. Типология программ в СО. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование.	Конспект лекций

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4

1	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	Функциональный принцип построения рекламного и PR-отдела. Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия. Целесообразность и задачи подразделения в структуре коммерческих, государственных и общественных организациях. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Базовые документы по рекламе и PR.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Профессии в сфере связей с общественностью.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Планирование и программирование работы подразделения. Разработка общекорпоративной стратегии предприятия. Типология программ в СО. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия - не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Написание курсовых работ по данной дисциплине – не предусмотрено.

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

Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
2	3
Самостоятельная проработка теоретического материала	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 364 с.- https://biblio-online.ru/book/0FEC81B2-B73C-4ED4-94C7-DBC0DBC89B5D. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов

	[Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 364 с.- https://biblio-online.ru/book/0FEC81B2-B73C-4ED4-94C7-DBC0DBC89B5D. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
Реферат	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 364 с.- https://biblio-online.ru/book/0FEC81B2-B73C-4ED4-94C7-DBC0DBC89B5D. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

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,

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.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Пресс-секретарь: должностные обязанности.

Вопросы для подготовки:

1. Основные функции и задачи в работе пресс-секретаря.
2. Должностные обязанности пресс-секретаря.
3. Мониторинг информационного пространства, как один из важнейших инструментов деятельности пресс-секретаря.
4. Репутационные особенности управления репутацией первого лица.
5. Основные аспекты копирайтинга и спичрайтинга.

4.1.2 Примерная тематика лабораторных занятий:

Лабораторные занятия - не предусмотрены.

4.1.3 Примерные темы рефератов:

1. Виды средств коммуникации и характеристика эффективности воздействия

каждого из них на ключевые аудитории.
2. Базовые параметры разработки информационных кампаний в СМИ.
3. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
4. Характеристика основных ПР-документов для работы со СМИ.
5. Виды ПР-мероприятий по взаимодействию со СМИ.
6. Проблемы этики в работе со СМИ.
7. Особенность использования средств коммуникаций в «crisis management».
8. Роль ПР-службы коммерческой фирмы в подготовке «круглых столов» с участием конкурентов и представителями государственных служб.
9. Организация и проведение специальных ПР-мероприятий.
10. Тематический обзор материалов делового издания.
11. Анализ электронных информационных материалов для внутрифирменных коммуникаций.
12. Особенности фотоподборок и фоторепортажей для паблисити фирмы.
13. Анализ содержания корпоративного web site.
14. Использование средств ПР в маркетинге образовательных услуг.
15. Анализ ПР-кампании по укреплению деловой репутации фирмы.
16. Использование средств ПР при подготовке и проведении празднования годовщины, юбилеев и круглых дат фирмы.
17. Участие ПР-службы в ведении специализированных рубрик в СМИ.
18. Корпоративная социальная ответственность в зеркале СМИ.
19. Роль ПР в формировании культуры российского бизнеса.
20. Формирование паблисити: цели и требования к выбору средств ПР.
21. Вербальные коммуникации и правила составления текстов.
22. Механизм разработки программ и отношений к инвесторам.
23. Планирование ПР-кампании по созданию паблисити политического деятеля.
24. Специфика создания пресс-релизов о новых товарах (услугах).
25. Действие механизма обратной связи ПР-службы с прессой.
26. Принципы классификации современных российских пресс-служб.
27. Цели и задачи современного политического ПР.
28. Организация и структура деятельности современной политической пресс-службы.
29. Основные регламентирующие документы современной политической пресс-службы (на примере конкретной пресс-службы).
30. Пресс-секретарь как ключевая фигура политической пресс-службы.
31. Формирование внутренней информационной среды политической организации (на примере любой организации).
32. Правовые и документальные основы деятельности политической пресс-службы.
33. Правовое обеспечение деятельности пресс-службы политической организации (анализ документов).
34. Правовое обеспечение деятельности пресс-службы органа государственной власти (анализ документов).
35. Специфика деятельности пресс-службы в государственных структурах.
36. Виды и формы работы политической пресс-службы со СМИ.
37. Виды мероприятий для СМИ (по выбору студента).
38. Организация и специфика подготовки пресс-конференции.
39. Медиапланирование как один из видов деятельности политической пресс-службы.

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 отделов по рекламе и связям с общественностью.
2. Основные направления деятельности рекламных и PR-отделов.
3. Виды отделов по связям с общественностью.
4. Особенности работы отделов по рекламе и связям с общественностью в

коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях.
5. Тактика взаимодействия отделов по рекламе и 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. Структура рекламного отдела.
9. Планирование работы отдела по рекламе и связям с общественностью. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование.
10. Материально-техническое и кадровое обеспечение отделов рекламы и связей с общественностью.
11. Должностные инструкции специалистов отделов по рекламе и связям с общественностью.
12. Текущая документация и хранение документов.
13. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам.
14. Профессиональная этика в работе отделов по рекламе и СО.
15. Внутрифирменный PR.
16. Основные направления формирования корпоративной культуры.
17. Основы формирования фирменного стиля.
18. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ.
19. Виды корпоративных PR-мероприятий.
20. Виды имиджевых корпоративных документов: презентационный буклет, корпоративная газета, буклет «Профиль фирмы», годовой отчет и т.д.
21. Исследовательское направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Социологические и маркетинговые исследования.
22. Спичрайтинг: написание текста, подготовка устного публичного выступления.
23. Способы оценки эффективности работы отделов по рекламе и связям с общественностью.
24. Бриф: определение, структура, типология.
25. Мониторинг состояния информационной среды.
26. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления специалистами отдела по рекламе и PR.
27. Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью.
28. Личностные и деловые качества специалиста по рекламе и СО.
29. Диагностические, творческие, организаторские, мотивационные и коммукационные способности менеджера по рекламе и PR.
30. Особенности медиабрендинга.
31. Функциональные обязанности сотрудников пресс-службы.
32. Принципы работы пресс-центров.
33. Особенности работы пресс-атташе (пресс-секретаря).
34. Роль информационных войн в связях с общественностью.
35. Планирование и управление PR-деятельностью.
36. Лидеры общественного мнения.
37. Формы и методы PR-деятельности.
38. Внешние и внутренние PR: опыт взаимодействия.
39. Субъекты и объекты PR-деятельности.
40. Цели и задачи PR-деятельности.
41. PR-технология и PR-текст: опыт взаимовлияния.

42. Роль информационных войн в связях с общественностью.
43. Лидеры общественного мнения.
44. Планирование и управление PR-деятельностью в контексте работы пресс-службы.
45. Внешние и внутренние технологии PR: опыт взаимодействия.
46. PR-технология и PR-текст: опыт взаимовлияния в деятельности пресс-служб.
47. Аккредитация как способ работы с журналистами.
48. Особенности и специфика создания PR-текстов в деятельности современной пресс-службы.
49. Специфика подготовки и организации устных выступлений.
50. Формы и методы работы с журналистами по укреплению влияния пресс-службы в медиасреде.
51. Разрешение конфликтных ситуаций между пресс-службами и СМИ.
52. Разработка программы информационной поддержки для проведения регионального законопроекта.
53. Мониторинг освещения политической тематики на региональном телеканале.
54. Мониторинг освещения политической ситуации в Краснодарском крае (на базе трех-четырех периодических изданий).
55. Практика проведения пресс-конференций в органах власти Краснодарского края.
56. Формы общения органов власти с представителями СМИ (региональный аспект).
57. Основные функции и задачи в работе пресс-секретаря.
58. Должностные обязанности пресс-секретаря.
59. Мониторинг информационного пространства, как один из важнейших инструментов деятельности пресс-секретаря.
60. Репутационные особенности управления имиджем первого лица.
61. Основные аспекты копирайтинга и спичрайтинга.
62. Конфликтные и кризисные ситуации в разрезе функционирования пресс-служб.
63. Особенности организации коммуникационного отдела в органах гос власти.
64. Аккредитация в работе пресс-службы: важность процедуры.
65. Особенности проведения брифингов в органах гос власти.
66. Роль информационных войн в связях с общественностью.
67. Планирование и управление PR-деятельностью.
68. Авторитеты общественного мнения: важность взаимодействия с современными пресс-службами.
60. Внутренняя среда организации и работа пресс-службы.
70. Субъекты и объекты коммуникативной деятельности в работе пресс-служб.

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. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 364 с.- https://biblio-online.ru/book/0FEC81B2-B73C-4ED4-94C7-DBC0DBC89B5D.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866

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. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

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. Портал открытых данных Российской Федерерации https://data.gov.ru
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ https://rosmintrud.ru/opendata
4. База данных Научной электронный библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН http://www2.viniti.ru/
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com

Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru/

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность, четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления,

статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

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 ФГОС 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 отчетности 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.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Изучение дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; лабораторные занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий; - проведение лабораторных занятий.

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) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft "Enrollment for Education Solutions" 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft "Enrollment for Education Solutions" 72569510.Лицензионныйдоговор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС «BOOK.ru» https://www.book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.
4. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.
5. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 301, 302, 309, 402, 410)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)