МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____Хагуров Т.А.
подпись
«_29_»_____мая_____ 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.37 PR-МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Направление подготовки/специальность 39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль) / специализация Общий профиль

Форма обучения заочная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины «PR-МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью

Программу составила:
Гнедаш А.А., доцент, кандидат политических наук, доцент _____
подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления
протокол № 15 «19» мая 2020 г.
Заведующий кафедрой (разработчика) Мирошниченко И.В. _____
фамилия, инициалы

У
тверждена на заседании учебно-методической комисс ьтета управления и психологии
протокол № 6, от «25 » мая 2020 г.
Председатель УМК факультета Шлюбуль Е.Ю. _____
подпись

Рецензенты:
А.В. Сафонова, начальник отдела по взаимодействию с муниципальными образованиями края министерства образования, науки и молодежной политики Краснодарского края

Л.Н. Ожигова, доктор психол. наук, профессор кафедры психологии личности и общей психологии ФГБОУ ВО «КубГУ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины - формирование комплекса теоретических знаний и практических умений в области PR (связей с общественностью); обучение различным методам и технологиям связей с общественностью в сфере молодежной политике.

1.2 Задачи дисциплины.

- ознакомление студентов с основами PR-деятельности, историей ее возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием ее главных принципов, методов и закономерностей;
- формирование у студентов системы знаний о функциях PR-деятельности в молодежной сфере, PR-стратегиях и PR-тактиках работы различных структур, принципах и способах организации медиа-политики в молодежной политике;
- развитие у бакалавров навыков проектирования этапов PR-деятельности для государственных и муниципальных органов власти и управления, а также молодежных общественных организаций;
- сформирование знаний, умений и навыков разработки и принятия управленческих решений в области создания имиджа органов власти и управления, в процессе PR-работы с ключевыми группами общественности, в процессе антикризисной PR-деятельности и при реализации медиа-политики;
- сформировать умения и навыки владения социологическими методами для проведения исследований общественного мнения, потребностей и ожиданий различных групп общественности;
- сформировать навыки проектирования PR-отделов в молодежных организациях; обучить технологиям организации работы спроектированных подразделений;
- научить бакалавров планировать организацию и проведение PR-мероприятий (в том числе и мероприятий для СМИ);
- сформировать навыки анализа и оценки эффективности PR-деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.О.37 «PR-менеджмент в социальной сфере» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональной компетенции ПК-3 и общепрофессиональной компетенции ОПК-5

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы достижения компетенции
1.	ПК-3	Способен к организационно-управленческой работе в сфере молодёжной политики	ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики ИПК-3.2. Разрабатывает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы достижения компетенции
2.	ОПК-5	Способен планировать и организовывать массовые мероприятия для молодежи	ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет _3___ зач.ед. (_108___ часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

(для студентов ЗФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
				___		
Контактная работа, в том числе:		**20,4**	**20,4**			
Аудиторные занятия (всего):		**20**	**20**			
Занятия лекционного типа		10	10	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		10	10	-	-	-
Иная контактная работа:		**0,4**	**0,4**			
КРП и ИКР		0,4	0,4			
Самостоятельная работа, в том числе:		**83,8**	**83,8**			
Проработка учебного (теоретического) материала		50	50	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (создание материалов 3 мультимедиа презентаций)		20	20	-	-	-
Подготовка аналитической записки по х/ф		6	6			
Подготовка информационного сообщения (пресс-пакет для СМИ)		4	4			
Составление ситуационной задачи по оценке эффективности PR-кампании		3,8	3,8			
Контроль:		**3,8**	**3,8**			
Подготовка к зачету		3,8	3,8			
Общая трудоемкость	**час.**	**108**	**108**	**-**	**-**	**-**
	в том числе контактная работа	**20,4**	**20,4**			
	зач. ед	**3**	**3**			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые на 4 и 5 курсе *(заочная форма)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	20	2	2		16
2.	Функции PR. Формирование благоприятного образа организации и лидера. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: антикризисный PR	23,8	2	2		19,8
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	20	2	2		16
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	20	2	2		16
5.	Оценка эффективности PR-деятельности. Современная пресс-служба в органах молодежной политики	20	2	2		16
	КРП и ИКР	0,4				
	Итого по дисциплине:	104,2	10	10		83,8

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.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность	Многообразие определений PR как прикладной социальной науки. Три лика PR: функция управления, профессиональная деятельность, учебная дисциплина. Теоретические подходы к пониманию PR: альтруистический,	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в*

	деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	рациональный, коммуникационный. Возникновение и развитие связей с общественностью с древнейших времен и до XX века. «Отцы-основатели PR» и появление термина «public relations». Основные вехи институциализации связей с общественностью в XX в.. Начало функционирования пресс-служб по PR в государственных учреждениях. Четыре содержательные модели PR-деятельности. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов PR.	*малых группах*
2.	Функции PR. Формирование благоприятного образа организации и лидера. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: кризисный PR	Функций паблик рилейшнз, которые обуславливают формирование конкретных направлений ПР-активности в организации: формирование благоприятного образа организации в глазах общественности, установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью, повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей действительности и соответствующем ей коммуникативном пространстве. Характеристика PR-задач. 3 уровня ПР-задач. Структура личного имиджа человека. Структура имиджа органа власти. Структура корпоративного имиджа. Стратегии и тактики создания имиджа. Методы исследования имиджа. Имидж и репутация. Установление взаимопонимания и взаимовыгодных отношений с ключевыми группами общественности RACE. Типы связей между организацией и средой. Анализ групп общественности Типология кризиса. Классификация правительственных кризисов и возможные сценарии их развития. Составные части антикризисной ПР-программы. Внутренние и внешние потоки информации. Коммуникации до, во время и после кризисов. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах*

		последствиями кризиса. Методики прогнозирования кризисных ситуаций и планирования антикризисных мероприятий. Мониторинг, прогноз и современная антикризисная корректировка событий.	
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	Этапы планирования ПР-деятельности. Анализ ПР-объекта, с его окружения, ключевых групп общественности. Определение миссии, целей и задач ПР-кампании. Варианты коммуникационных стратегий и принципы медиа-политики. Тактики деятельности по связям с общественностью. Критерии оценки эффективности ПР-деятельности. Специальные события: организационные и системные аспекты. Речи и публичные выступления. Интернет как ресурс паблик рилейшнз.	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах*
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	СМИ в современном информационном обществе. Российские СМИ: история и современность. Структура и формы коммуникативного процесса. Объекты и субъекты коммуникации. Массовая коммуникация, межличностная коммуникация, специализированная коммуникация. Вербальная и невербальная коммуникации. Политическая коммуникация. Теоретические модели массовой коммуникации. Основные факторы, обеспечивающие эффективность массовой коммуникации. Понятие и виды барьеров коммуникации. Формы подачи информационно - новостных материалов. Управление новостями. Создание новостей.	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах*).
5.	Современная пресс-служба в органах молодежной политики. Оценка эффективности PR-деятельности.	Цели, функции, институты государственных ПР-служб. Связи с электоратом: характер, виды и формы, технологии. Организация взаимодействия госслужб со средствами массовой информации. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы. Информационная политика органов государственной власти и управления. Координация ПР-отдела с другими структурами госслужбы. Программирование ПР-деятельности. Критерии эффективности ПР в системе	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах*

		государственной службы.	

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	Семинар 1 и 2. Введение в PR. Семинар 2 и 3. История PR.	Групповая работа «Сегментация групп общественности для заданных организаций». Групповая работа «Распорядок дня PR-специалиста». Презентация сообщений по списку вопросов для семинарского занятия-дискуссии и проблемного семинара. Презентация индивидуального задания – творческая самопрезентация.
2.	Функции PR. Формирование благоприятного образа организации и лидера. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: кризисный PR	Семинар 5. Функций паблик рилейшнз. Семинар 6, 7, 8. Формирование благоприятного образа организации. Семинар 9 и 10. Установление взаимопонимания и взаимовыгодных отношений с ключевыми группами общественности RACE. Просмотр х/ф. Семинар 11, 12, 13. Антикризисная ПР-деятельность.	Групповая работа «Анализ и проектирование имиджа личности». Групповая работа «Проектирование имиджа организации». Групповая работа «Взаимодействие с ключевыми группами общественности RACE». Групповая работа «Антикризисная программа действий». Презентация аналитической записки по х/ф «Здесь курят!». Групповые мультимедиа презентации «Исследование имиджа и репутации 3 организаций».
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	Семинар 14, 15, 16. Этапы планирования ПР-деятельности. Проектирование ПР-кампании.	Работа в малых группах над решением ситуационной задачи «Анализ ПР-деятельности известных компаний». Работа в малых группах над решением ситуационной задачи «Проектирование ПР-деятельности для органа власти». Групповая мультимедиа презентации

			«Стратегия и проект ПР-кампании».
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	Семинар 17. План коммуникаций для ПР-кампании.	Работа в парах «Разработка плана коммуникаций для ПР-кампании». Подготовка информационного сообщения (пресс-пакет для СМИ)
5.	Современная пресс-служба в органах молодежной политики. Оценка эффективности PR-деятельности.	Семинар 18. Программирование ПР-деятельности. Критерии эффективности ПР.	Работа в малых группах над решением ситуационной задачи «Проектирование ПР-отдела для органов власти и управления». Подготовка ситуационной задачи «Оценка эффективности ПР-деятельности».

2.3.3 Лабораторные занятия.
Лабораторные занятия не предусмотрены.

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	Проработка теоретического материала (подготовка к семинару-дискуссии)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.2018)
2	Подготовка групповых и индивидуальных заданий (мультимедиа презентация, творческая самопрезентация)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.2018)
3	Составление ситуационной задачи	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.2018)
4	Подготовка аналитической записки по х/ф	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.2018)

5	Подготовка информационного сообщения (пресс-пакет для СМИ)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.2018)

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.

Обучение в рамках дисциплины «PR-менеджмент в молодежной сфере» направлено на увеличение доли практической работы студента, использование игровых и имитационных форм обучения, инициирование самостоятельного поиска (студентом) знаний через проблематизацию (преподавателем) учебного материала.

В целях повышения качества профессиональной подготовки обучающихся по дисциплине «PR-менеджмент в молодежной сфере»:

- используется комплекс мультимедийных презентаций в учебном процессе;
- увеличена доля занятий, проводимых в интерактивной форме.

В преподавании курса используются современные образовательные технологии:

- мультимедийные лекции с элементами дискуссии;
- информационно-коммуникативные технологии;
- исследовательские методы в обучении;
- проблемное обучение.

Темы Раздела 1 «Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом» носят более теоретический характер, поэтому используются индивидуальные и самостоятельные формы работы, направленные на осмысление сущности PR-деятельности, истории PR, формирование собственной аргументированной позиции по проблемным аспектам изучаемой темы, раскрытие творческого потенциала, формирование умения работать в команде (малой группе), раскрытие исследовательского и аналитического потенциала студентов для дальнейшей работы. Здесь используется такие образовательные технологии, как:

- мультимедиа лекции с элементами дискуссии;
- работа в малых группах/парах по разбору конкретных ситуаций;
- творческая самопрезентация;
- аудиторная групповая проектная работа (интерактивная работа на лекциях и работа в малых группах/парах на семинарах);
- семинарские занятия в виде коллоквиума (семинар-дискуссия).

При изучении Разделов 2, 3, 4, 5 у обучающихся студентов происходит формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций – усвоение, формирование и развитие знаний, умений и навыков по указанным выше компетенциям

(ОПК-5; ПК-3). В процессе лекционных и семинарских занятий используется такие образовательные технологии, как:

- мультимедиа лекции с элементами дискуссии;
- групповые мультимедиа презентации;
- решение кейс-стади (составление и решение ситуационной задачи);
- аналитические записки;
- внеаудиторные групповые проектные работы;
- аудиторная групповая проектная работа (интерактивная работа на лекциях и работа в малых группах/парах на семинарах).

Аудиторная групповая проектная работа и внеаудиторные групповые проектные работы направлены на обучение студентов:

- технологиям и практикам анализа существующего имиджа личности, организации и органа власти в соответствии с предложенными схемами и матрицами анализа;
- умению проектировать имидж для любой организации или персоны;
- методикам составления антикризисной программы ПР-деятельности как для властных структур, так и для коммерческих и некоммерческих организаций;
- способам организации работы с ключевыми группами общественности и проектирование этой работы для конкретных организаций;
- техникам проектирования организационных структур управления (ПР-служб и ПР-отделов);
- планированию и организации ПР-кампании для различных организаций;
- умению написания текстов и материалов для СМИ.

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

4. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «PR – менеджмент в молодежной сфере».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме заданий к проблемным семинарам, эссе, аналитического доклада, и других творческих заданий и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

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 зачете;

– 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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	ОПК-5; ПК-3	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий Эссе	Вопросы к зачету № 1-3, 7-11,15, 19-20, 39
2	Функции PR. Формирование благоприятного образа организации и лидера. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: антикризисный PR	ОПК-5; ПК-3	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 4-6, 12-14, 15, 16-18, 22-23, 36-38
3	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	ОПК-5; ПК-3	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 21, 24-26, 33-35, 42
4	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	ОПК-5; ПК-3	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 27-32
5	Оценка эффективности PR-деятельности. Современная пресс-служба в органах молодежной политики	ОПК-5; ПК-3	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 3, 40-41

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	**Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания**

	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
ОПК-5. Способен планировать и организовывать массовые мероприятия для молодежи	ИОПК-5.1. испытывает трудности при планировании и организации массовых мероприятий для молодежи ИОПК-5.2. знает с некоторыми оговорками актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде ИОПК-5.3. с некоторыми трудностями владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи. Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и методами анализа молодежной PR-политики в РФ и зарубежных государствах. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение навыками сбора научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента	ИОПК-5.1. умеет планировать и организовывать массовые мероприятия для молодежи ИОПК-5.2. предлагает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде ИОПК-5.3. хорошо владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи. Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и комплексом методов анализа молодежной PR-политики в РФ и зарубежных государствах. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение на базовом уровне навыками сбора и систематизации научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента	ИОПК-5.1. свободно анализирует, планирует и организовывает массовые мероприятия для молодежи ИУК-5.2. умело разрабатывает и предлагает новые инициативы в молодежной среде ИОПК-5.3. отлично применяет современные форматы, методы и навыки организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи. Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и методами анализа молодежной PR-политики в РФ и зарубежных государствах, навыками разработки, обоснования и презентации собственных аналитических материалов, содержащих анализ эффективности реализации молодежной политики, анализа основных этапов и закономерностей проведения PR-мероприятий. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение навыками сбора и систематизации научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента
ПК-3 Способен к организационно-управленческой работе в	ИПК-3.1. в процессе разработки планов и программ по	ИПК-3.1. умеет разрабатывать планы и программы по	ИПК-3.1. свободно анализирует и разрабатывает планы и программы по

сфере молодёжной политики	организации мероприятий в сфере молодежной политики и PR-сфере испытывает трудности;	организации мероприятий в сфере молодежной политики и PR-сфере;	организации мероприятий в сфере молодежной политики и PR-сфере;
	ИПК-3.2. разрабатывает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики и в PR-сфере, но с некоторыми трудностями;	ИУК-5.2. предлагает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики и в PR-сфере;	ИУК-5.2. умело разрабатывает порядок и предлагает новые способы оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики и в PR-сфере;
	ИПК-3.3. применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики и в PR-сфере, но с некоторыми трудностями	ИУК-5.3. хорошо применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в PR-сфере	ИУК-5.3. отлично применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики и в PR-сфере
	Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и методами анализа PR-менеджмента в РФ и зарубежных государствах. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение навыками сбора научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента	Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и комплексом методов анализа PR-менеджмента в РФ и в зарубежных государствах. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение на базовом уровне навыками сбора и систематизации научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента	Демонстрирует владение понятийно-категориальным аппаратом и методами анализа PR-менеджмента в РФ и в зарубежных государствах, навыками разработки, обоснования и презентации собственных аналитических материалов, содержащих анализ эффективности реализации социальной политики, анализа основных этапов и закономерностей PR-менеджмента. При подготовке собственных презентационных и аналитических материалов демонстрирует владение навыками сбора и систематизации научной информации по молодежной проблематике в сфере PR-менеджмента

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

4.1.1 Вопросы для обсуждения на семинаре-дискуссии:

1. Как вы понимаете термин «связи с общественностью»?

2. Как соотносятся между собой понятия «связи с общественностью» и «коммуникации»? Охарактеризуйте связи с общественностью как вид коммуникационной деятельности.
3. Почему неправильно говорить о том, что PR адресуется к общественности вообще?
4. Как различается целевая группа для PR и рекламной кампании?
5. Почему необходимо выделить целевую группу общественности? Что происходит, если целевая группа не определена?
6. Раскройте содержание основных направлений воздействия PR на общественное мнение.
7. Назовите новые, характерные для начала XXI века, информационно-коммуникативные реалии, которые следует иметь в виду при организации PR-деятельности.
8. Какое место могут занимать паблик рилейшнз в организации? Какие тенденции при решении этого вопроса являются наиболее перспективными с точки зрения развития современной науки управления?
9. Должны ли паблик рилейшнз быть представлены в системе управления организацией? К стратегическому или оперативному управлению организацией следует отнести деятельность по связям с общественностью?
10. В чем особенность PR-деятельности в политических и управленческих организациях. Приведите примеры.
11. Какие факты (примеры) подтверждают необходимость работы PR-структур в государственной сфере?

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает

порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.1.2. Пример творческой самопрезентации

Задание:

Выбрать литературного или художественного героя. Провести самопрезентацию с целью знакомства и трудоустройства от лица данного Героя. Нарисовать карту презентации Я-Героя согласно предложенной схеме. Провести устную самопрезентацию и представить карту презентации (в печатном виде) на семинарском занятии.

Самопрезентация личности - это особый вид самопрезентации, который необходим в случаях, когда окружающим интересна именно наша личность (то есть характер, основные жизненные установки, цели, убеждения, идеалы). Возможные формы самопрезентации: Монолог; Я – образ; Интервью; Пресс-конференция; «Живая газета»; Агитбригада; Театрализованное шоу.

Критерии оценки самопрезентации и карты самопрезентации:

- Оригинальность и выразительность самопрезентации: яркость, сценичность, эмоциональность.

- Культура самопрезентации: грамотность, ораторское мастерство, имидж.
- Визуализация направлений презентации в карте
- Атрибуты Героя во внешнем облике выступающего

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает

порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.1.3. Пример аудиторной групповой проектной работы

Разделиться на группы (3-4 студента). Проектирование имиджа организации включает:

- определение названия организации
- дизайн логотипа
- слоган
- товары или услуги производит или предлагает организация
- праметры имиджа для буклета: Имидж товара (услуги), Имидж потребителей товара, Внутренний имидж организации, Имидж основателя и основных руководителей организации, Имидж персонала, Визуальный имидж организации , Социальный имидж организации, Бизнес-имидж организации

Результатом работы малой группы должна стать презентация визуальных элементов мииджа (логотип организации, слоган) и текста имиджевого буклета организации.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает

порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.1.4. Пример задания по подготовке групповой мультимедиа презентации по заданной теме (внеаудиторные групповые проектные работы**)**

Разделиться на группы (3-4 студента). Выберите 3 знакомые Вам организации (1 коммерческую, 1 некоммерческую, 1 политическую). Проведите сравнительный анализ имиджа и репутации каждой организации, основываясь на субъективных (предложенных ниже для каждой из организаций – коммерческой и НКО, политической организации) и объективных (анализ общественного и экспертного мнения – отзывы реальных граждан и экспертов) характеристиках. Вы должны понимать, как нужно разграничивать данные понятия: имидж и репутацию, - и от чего это зависит. Результаты анализа представьте в виде мультимедиа презентации.

Для анализа имиджа коммерческих и некоммерческих организаций (лучше российских) используются следующие параметры:

Имидж организации — целостное восприятие (понимание и оценка) организации различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации. Корпоративный имидж складывается на основе восьми компонентов: имидж товара, имидж потребителей товара, внутренний имидж организации, имидж руководителей, имидж персонала, визуальный имидж, социальный имидж, бизнес-имидж организации.

1. Имидж товара (услуги)
2. Имидж потребителей товара
3. Внутренний имидж организации
4. Имидж основателя и основных руководителей организации
5. Имидж персонала
6. Визуальный имидж организации
7. Социальный имидж организации
8. Бизнес-имидж организации

Для анализа имиджа политических организаций (российских и зарубежных политических партий) используются следующие параметры:

1 Имидж лидера, сила личности лидера
2 Идеология партии
3 Политическая символика
4 Образ деятельности партии
5 Имидж членов партии и ее сторонников
6 Политические и иные ресурсы партии
7 История партии
8 Особенности партийной политической риторики
9 Особенности политического PR в СМИ и в Интернет (социальные медиа)
10 Имидж электората партии

Для анализа репутации всех выбранных Вами организаций необходимо оценить реальное общественное и экспертное мнение – смотрите блоги, статьи, форумы блогеров и обычных граждан о данных организациях, опирайтесь на цитаты и делайте свой вывод.

Для анализа репутации политических партий – смотрите:

1 % на последних выборах и доля в парламенте (по сравнению с другими партиями). Объясните – почему так получилось. Вследствие каких акций и действий.

2 Анализ мнений в СМИ и мнений народа (своих и оппозиционных групп электората) о партии – отзывы на форумах, блогах и т.д.

Результаты анализа представьте в виде мультимедиа презентации.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает

порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.1.5. Пример аналитической записки по х/ф «Thank You for Smoking», 2005 г., реж. Джейсон Райтман (индивидуальное внеаудиторное задание)

Вам необходимо посмотреть указанный художественный фильм и ответить в форме эссе на ВСЕ предложенные вопросы:

1 - Что такое PR-специалист (лоббист как разновидность профессии PR)? Высокооплачиваемый ученый или циничный манипулятор массами? Кто главный герой фильма?

2 - Каковы грани "черного" и "белого" для PR-специалиста? Какие горизонты профессии по связям с общественностью Вы для себя открыли?

3 - Как Вы думаете должен ли PR-специалист в некоторых ситуациях быть сдерживающим фактором для своих клиентов?

4 - Как вы объясните название фильма "Здесь курят!" (англ. название другое – «Спасибо за то, что Вы курите!» - можете анализировать его) и тот факт, что в фильме не показывают курящих людей?

5 - Перечислите и опишите наиболее запомнившиеся Вам технологии, проиллюстрированные в фильме?

6 - Вы одобряете технологии, охарактеризованные в фильме? Сможете вы их применять в своей работе в органах власти?

7 - В какие моменты фильма герой Аарона Экхарта (лоббист Ник Нэйлор) вызывает неприятие, а в какие – положительные эмоции?

8 - Насколько интересен и полезен данный фильм для Вас лично и Вашей профессиональной деятельности?

9 - Вам понравился / не понравился фильм? Объясните свою позицию.

10 – Встречались ли Вам в других художественных произведениях (книгах, фильмах и т.д.) PR-специалисты, которые бы произвели на Вас впечатление (позитивное, негативное…) и Вы рекомендуете посмотреть/прочитать это произведение своему преподавателю/своим коллегам? Почему? Объясните свою позицию.

Объем записки: не менее 0,5 листа А4 на один вопрос (итого не менее 5 листов), шрифт TimesNewRoman 12, интервал 1-нарный. Ответить нужно на все вопросы.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает

порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.1.6. Пример ситуационной задачи (кейс-стади)

Кейс-стади

1. Аудитория разбивается по группам по 4-5 человек.
2. Распределяются исходные данные

Задание 1.

Выпуск фильма «Титаник» на видео

Компания *Blockbuster Video*
совместно с агентством *CIM Inc.*
Премия «Серебряная наковальня» за 1999 г.

Обзор

Компания *Blockbuster Video* постоянно изучает аудиторию фильмов и данные по продажам на видео для определения ожидаемого объема продаж будущих видеокассет. Фильмы «Король-Лев» и «Джерри Магаур» после успеха в прокате *Blockbuster* выпустил на видеокассетах. Вследствие огромного успеха «Титаника» в прокате *Blockbuster* увидел потенциальную возможность создать новую видеолегенду и побить предыдущие рекорды продаж видеокассет.

- Проанализировав прокат видеокассет и способы продажи, он определил, сколько покупателей могли бы купить или взять напрокат этот фильм, и обеспечить достаточный запас кассет и репутацию *Blockbuster* как места, где покупатели гарантированно смогут получить «Титаник» на видео.
- Исследование также показало, что покупатели более охотно приобретают видеофильмы, когда предлагается определенный стимул и если они думают, что они первые, кто купил этот фильм.
- *Blockbuster* разработал стимулы для покупки или проката кассет и продлил часы работы магазинов, чтобы покупатели смогли купить видео в полночь 1 сентября.
- Так как исследования выявили, что молодые женщины составляют наибольший процент зрительской аудитории «Титаника», способы продвижения были направлены именно на эту аудиторию.
- *Blockbuster* определил 34 самых больших рынка в Соединенных Штатах для продажи и связи со СМИ в этих городах.

Задание 2.

Освежая сладкий рулет

Nabisco/Lifesavers Премия «Серебряная наковальня» за 2000 г.

Обзор

Lifesavers — это классика кондитерских изделий. Появившись впервые в 1912 г., они известны практически каждому американцу. Но на протяжении десятилетий флагман брэнда, сладкий рулет «Пять вкусов» (Five Flavor Roll), постепенно утратил свой лоск. Его рыночная доля сократилась с тех пор, как новые, более современные сладости появились на рынке. Самая большая угроза конкуренции продукту за все время его существования возникла в 1999 г. Возрождение торговой марки требовало проведения рекламной кампании, чтобы изменить общественное мнение и заставить потребителей вспомнить о вышедшем из моды продукте. Используя привязанность к товару в качестве активов и PR

как основную движущую силу, программа оказалась на удивление успешной защитой от серьезного конкурентного вызова. Потребительской апатии по отношению к продукту был дан обратный ход. Продажи удвоились. Конкурент потерпел неудачу.

Основные факты. Сладкий рулет «Пять вкусов» относится к старейшим продуктам, производимым *Nabisco.* Первоначальная комбинация вкусов, впервые представленная в 1935 г., оставалась неизменной в течение 65 лет. Более популярные, современные вкусы, такие, как клубника и арбуз, постепенно затмили пять фундаментальных вкусов: вишни, лимона, апельсина, лайма и ананаса. В начале 1999 г., основной конкурент, компания *Starburst,* предполагала запустить в производство аналогичный продукт с очень значительным рекламным бюджетом. Это было самое большое испытание за все время существования «Пяти вкусов».

Исследование

Масштабные исследования фокус-группы прозондировали отношение к рулету «Пять вкусов» и показали, что хотя продукт был известен практически повсеместно, потребители относились к нему пассивно, даже безразлично.

• Потребители переросли любовь к сладостям и ассоциировали их со своим детством. *Чувство ностальгии присутствовало, но было слабо выражено.*

Покупателям, которые стали более искушенными и привычными к экзотическим кондитерским изделиям, вкусы сладкого рулета казались слишком простыми, надоевшими и приравнивались к воспоминаниям детства.

Некоторые вкусы определенно предпочитались другим. *Среди первоначальной пятерки ананас нравился меньше всего. В качестве замены наилучшие шансы были у арбуза и клубники.*

3. Дается задание для групп - разработать:

План

Цели:

Задачи:

Стратегия

Реализация стратегии (тактики)

4. Каждая группа представляет свой вариант на общее обсуждение.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)

Вопросы к зачету.

1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия «паблик рилейшнз».
2. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
3. Функции PR-служб в органах власти
4. Имидж как явление массового сознания. Алгоритм формирования имиджа
5. Построение проекта PR-кампании.
6. Избирательная кампания: определение, цели. PR-средства избирательной кампании
7. Направления воздействия PR на общественные отношения
8. Взаимосвязь и различия PR с рекламой, журналистикой и пропагандой
9. Предпосылки возникновения и этапы развития PR
10. Тенденции развития PR в XXI веке
11. История развития связей с общественностью в России
12. Цели и задачи паблик рилейшнз в организации.
13. Формирование благоприятного образа PR-объекта.
14. Сравнение понятий имидж и репутация
15. Виды групп общественности. Анализ групп общественности.
16. Типы кризисов с точки зрения PR. Основные составляющие программы управления кризисами.
17. Определение понятия лоббизм. Типы лоббирования
18. Типы общественных связей между организацией и ее группами общественности
19. Правовые условия управления общественными отношениями.
20. Этические нормы применения инструментов связей с общественностью. Свобода слова и PR.
21. Этапы планирования PR- деятельности
22. Понятие внешней среды. Методы исследования внешней среды организации
23. Методы исследования внутренней среды организации. Понятие организационной культуры
24. PR-стратегии реагирования
25. Понятие PR-обращения. Виды PR-обращений
26. Каналы PR-коммуникаций
27. Основные виды средств массовой информации
28. Этапы управления информацией
29. Критерии отбора информации. Приемы создания новостей.
30. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции.
31. Создание информационной базы для коммуникаций с масс медиа.
32. Правила составления пресс-релиза.
33. Виды представительских мероприятий.
34. Организация специальных событий.
35. Средства реализации задач PR.
36. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью.
37. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде.
38. Предвыборная работа с электоратом. Яркий образ кандидата.
39. Скандалы и слухи в PR-работе.
40. PR как средство формирования общественного мнения в бизнесе.
41. Особенности применения PR властными структурами.
42. Стратегическое управление PR в политике.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ИПК- 3.1. Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.2. Разрабатывает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики

ИПК-3.3. Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики

ИОПК-5.1. Осуществляет планирование и организацию массовых мероприятий для молодежи

ИОПК-5.2. Поддерживает актуальные и востребованные инициативы в молодежной среде

ИОПК-5.3.Владеет навыками организации и планирования массовых мероприятий для молодежи, организации работы с молодыми людьми в молодёжных сообществах по месту жительства, учёбы, работы, отдыха, временного пребывания молодёжи.

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра.

К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести форме участия в устном опросе в рамках семинаров, подготовке индивидуальных и групповых заданий.

На первом этапе формируются комплекс знаний на основе тщательного изучения теоретического материала (лекционные материалы преподавателя, рекомендуемые разделы основной и дополнительной литературы, материалы периодических научных изданий, материалы интерактивных заданий), необходимого для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных компетенций.

Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания ответов в процессе устного опроса:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - логично изложено содержание ответа на вопрос, при этом выявленные знания соответствуют объему и глубине их раскрытия; правильно использована научная терминология в контексте ответа; верно, в соответствии с вопросом характеризованы основные концепции, выделены их существенные признаки, закономерности развития; объяснены причинно-следственные и функциональные связи; продемонстрировано умение раскрывать на примерах относящиеся к вопросу

теоретические положения и понятия; умение формулировать собственные суждения и аргументы.

«хорошо» / «зачтено» - студент допустил малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

«удовлетворительно» / «зачтено» - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на семинаре:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

«хорошо» / «зачтено» - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами.

«удовлетворительно» / «зачтено» - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы проблемного семинара, частично освоил понятийно-категориальный аппарат.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания участия в дискуссии:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - студент активно участвует в дискуссии, логично и последовательно выражает свой ответ, демонстрирует знания, которые соответствуют объему их раскрытия; правильно использует научную терминологию в контексте ответа; демонстрирует умения объяснять причинно-следственные и функциональные связи; раскрывать на примерах относящиеся к вопросу теоретические положения и понятия; формулировать собственные суждения и аргументы.

«хорошо» / «зачтено» - студент допускает малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

«удовлетворительно» / «зачтено» - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания презентации:

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - презентация адекватно отражает содержание и структуру сформулированного задания; студент творчески подошел к визуализации материала; в публичной защите отражены аналитические обобщения и выводы;

«хорошо»/ «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; в публичной защите отражены фрагментарные аналитические обобщения и выводы;

«удовлетворительно» / «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; отсутствуют аналитические обобщения и выводы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания работы в малых группах:

Работа в малых группах над учебным кейсом (CASE-study).

Кейс-стади основан на детальном ситуационном анализе конкретных, реальных ситуаций. Для работы необходимо описание кейса, вопросы и задания к нему и, при необходимости, дополнительные материалы. Если описание кейса имеет большой объем, либо кейс сопровождается дополнительными материалами, студенты получают их для ознакомления заблаговременно.

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

«хорошо» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

«удовлетворительно» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания индивидуального письменного задания:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» выставляется студенту, если студент обнаружил всестороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

«хорошо» /«зачтено» выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

«удовлетворительно» /«зачтено» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе.

«неудовлетворительно» / «незачтено» выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является зачет. Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом.

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов к зачету по дисциплине.

Зачет по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения зачета: устно.

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи зачета заноситься преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

оценка «отлично» / «зачтено»: глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы к зачету и дополнительные вопросы; использование в необходимой мере в ответах материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе;

оценка «хорошо» /«зачтено»: твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на

поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

оценка «хорошо» /«зачтено»: знание и понимание основных вопросов программы, наличие некоторых ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов;

оценка «неудовлетворительно» / «незачтено»: непонимание сущности излагаемых вопросов, студент допускает грубые ошибки в ответе, демонстрирует неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

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.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114546&sr=1

2. Фадеева, Е.Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2018. - 263 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // https://biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B

3. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью [Текст] : теория и практика : учебное пособие для студентов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - [3-е изд., перераб. и доп.]. - М. : Дело , 2006. - 551 с., [23] л. ил. - ISBN 5774902935 Шифры: У21я7 - Ч-906 // Библиотека КубГУ

5.2 Дополнительная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2018. - 267 с. - Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // https://biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // https://e.lanbook.com/book/97267

5.3. Периодические издания:

Доступ - http://dlib.eastview.com:

1. Журнал Политические исследования

2. Журнал Социологические исследования

3. Южно-российский журнал социальных наук (Журнал Человек. Сообщество. Управление)

5.4 Порталы специализированных журналов в области PR

1 Pro et contra - http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/
2 Большой бизнес - http://www.bolshoybusiness.ru/
3 Коммерсант - Власть - http://www.kommersant.ru/vlast.aspx
4 Полит. исследования - http://www.politstudies.ru/
5 Политический журнал - http://www.politjournal.ru/
6 Политический класс - www.politklass.ru
7 Полития - http://www.politeia.ru/
8 Профиль - http://www.profile.ru/
9 Российская газета - http://www.rg.ru/
10 Эксперт - http://www.expert.ru/

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

По курсу «PR-менеджмент в молодежной сфере» предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал, практических занятий, на которых происходит закрепление теоретического материала, разбираются кейсы, проводится проверка выполнения заданий студентов (презентация, оценка, обсуждение).

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии, лекции-демонстрации).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются аспирантами знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной и заочной формы обучения – текущий контроль осуществляется в соответствие с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме зачета. Описание заданий для самостоятельной работы студентов

и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине. Студенты готовят устные сообщения, эссе, презентации.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, проектные и презентационные материалы для публичного их представления и обсуждения.

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы студентов формулируются преподавателем в фонде оценочных средств.

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.

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

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

- использование электронной почты для общения со студентами в рамках учебного курса;
- методы обучения с использованием информационных технологий (демонстрация мультимедийных материалов);
- технические средства: компьютерная техника (ноутбук, проектор, экран).

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 выходом в Интернет.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» http://www.consultant.ru
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU http://www.elibrary.ru)/
3. Электронный каталог библиотеки КубГУ https://www.kubsu.ru/node/1145
4. Научная электронная библиотека КиберЛенинка http://cyberleninka.ru/

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.