

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



Т.А. Хагуров
2025 г.

**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, очная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины «PR-менеджмент в социальной сфере» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 39.03.02 Социальная работа

Программу составил(и):
А.А. Гнедаш, канд. полит. наук.,
доцент кафедры ГППУ



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры государственной политики и публичного управления протокол № 13 «22» апреля 2025 г.
Заведующий кафедрой ГППУ

Мирошниченко И.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 10 «22» апреля 2025 г.
Председатель УМК факультета управления и психологии

Белокопытова К.М.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Мамыкина А.С., главный консультант информационно-аналитического отдела управления анализа и взаимодействия с общественно-политическими объединениями департамента внутренней политики администрации Краснодарского края

Ракачев Д.Н., канд. ист. наук, доц. кафедры зарубежного регионоведения и дипломатии 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-менеджмента в социальной сфере; обучение различным методам и технологиям связей с общественностью в социальной сфере.

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 социальной сфере, PR-стратегиях и PR-тактиках работы различных структур, принципах и способах организации медиа-политики в социальной сфере;
- развитие у бакалавров навыков проектирования этапов PR-деятельности для государственных и муниципальных органов власти и управления, а также общественных организаций социальной сферы;
- формирование 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 социальных 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.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе на очной форме обучения в 7 семестре, на заочной форме на 4 курсе. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Социальная политика», «Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе», «Комплексный анализ данных и математическая статистика в социальных исследованиях», «Управление в социальной работе».

Полученные в процессе обучения по данной дисциплине знания могут быть использованы при проведении эмпирического исследования в ходе написания ВКР.

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 следующих компетенций: ПК-9.4; ПК-8.2; ПК-8.3; ПК-8.4

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ПК-9.4 Владеет навыками	Знает как осуществлять взаимодействие со средствами

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
взаимодействия со средствами массовой информации, как научного, так и общественно-популярного плана, для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества, организации рекламы социальных услуг.	массовой информации как научного, так и общественно-популярного плана.
	Умеет взаимодействовать со СМИ для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества; умеет организовывать рекламу социальных услуг.
	Владеет навыками взаимодействия со средствами массовой информации, как научного, так и общественно-популярного плана, для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества, организации рекламы социальных услуг.
ПК-8.2 Демонстрирует умение систематизировать материал для СМИ, готовит рекламно-информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Знает как систематизировать материал для СМИ, как готовить рекламно-информационные материалы для СМИ, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы.
	Умеет готовить рекламно-информационные материалы для СМИ, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы.
	Владеет методами систематизации материалов для СМИ и социальных сетей; владеет навыками подготовки рекламно-информационных материалов для СМИ и социальных сетей
ПК-8.3 Организует и планирует PR компаний для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Знает что такое PR-кампания в социальной сфере
	Умеет планировать и организовывать PR-кампанию для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы.
	Владеет навыками планирования, организации и проведения PR_кампаний в социальной сфере
ПК-8.4 Разрабатывает рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, способным негативно повлиять на условия жизнедеятельности граждан, а также о видах, формах и субъектах	Знает что такое рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, а также о видах, формах и субъектах предоставления социальных услуг.
	Умеет разрабатывать рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, а также о видах, формах и субъектах предоставления социальных услуг
	Владеет навыками и технологиями создания рекламно-

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
предоставления социальных услуг.	информационных материалов в социальной сфере

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 ОФО

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			7
Контактная работа, в том числе:		36,2	36,2
Аудиторные занятия (всего):		32	32
Занятия лекционного типа		16	16
Лабораторные занятия			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		16	16
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		71,8	71,8
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим)		21,8	21,8
Подготовка материалов презентаций по темам дисциплины, подготовка групповых и индивидуальных заданий, составление ситуационных задач, подготовка аналитической записки по х/ф		50	50
Контроль:		0	0
Подготовка к зачету		0	0
Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	36,2	36,2
	зач. ед	3	3

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная 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	25	4	4		17
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	25	4	4		17
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	25	4	4		17
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов. Оценка эффективности PR-деятельности в социальной сфере	28,2	4	4		20,8
Итого по дисциплине:		103,8	16	16		71,8
<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>		4				
<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>		0,2				
<i>Подготовка к текущему контролю</i>						
<i>Общая трудоемкость по дисциплине</i>		108				

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 деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	Многообразие определений PR как прикладной социальной науки. Три лика PR: функция управления, профессиональная деятельность, учебная дисциплина. Теоретические подходы к пониманию PR: альтруистический, 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 институционализации 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	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах</i>

		PR.	
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 последствиями кризиса. Методики прогнозирования кризисных ситуаций и планирования антикризисных мероприятий. Мониторинг, прогноз и современная антикризисная корректировка событий.	Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах
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	СМИ в современном информационном обществе. Российские СМИ: история и современность. Структура и формы	Степень участия в лекции-

взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов. Оценка эффективности PR-деятельности.	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.	дискуссии, оценка участия в работе в малых группах).
--	--	--

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. Введение в PR. Семинар 2. 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 3. Функций паблик рилейшнз. Формирование благоприятного образа организации. Семинар 4. Установление взаимопонимания и взаимовыгодных отношений с ключевыми группами общественности RACE. Антикризисная PR-деятельность.	Групповая работа «Анализ и проектирование имиджа личности». Групповая работа «Проектирование имиджа организации». Презентация аналитической записки по х/ф «Здесь курят!».
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач:	Семинар 5. Этапы планирования PR-деятельности. Семинар 6. Проектирование PR-кампании.	Работа в малых группах над решением ситуационной задачи «Анализ PR-деятельности известных компаний». Работа в малых группах над решением

	основные организационные формы и практические мероприятия		ситуационной задачи «Проектирование ПР-деятельности для органа власти в социальной сфере».
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов. Оценка эффективности PR-деятельности.	Семинар 7. План коммуникаций для ПР-кампании. Семинар 8. Программирование ПР-деятельности. Критерии эффективности ПР.	Работа в парах «Разработка плана коммуникаций для ПР-кампании». Подготовка информационного сообщения (пресс-пакет для СМИ). Подготовка ситуационной задачи «Оценка эффективности ПР-деятельности».

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 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.
2	Подготовка групповых и индивидуальных заданий (мультимедиа презентация, творческая самопрезентация)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.
3	Составление ситуационной задачи	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.
4	Подготовка аналитической записки по х/ф	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.
5	Подготовка информационного сообщения (пресс-пакет для СМИ)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского

		государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.
6	Подготовка к зачету	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 4 от 25.02.2025 г.

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.

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Обучение в рамках дисциплины 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:

- 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 используются 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 у обучающихся студентов происходит формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций – усвоение, формирование и развитие знаний, умений и навыков по указанным выше компетенциям. В процессе лекционных и семинарских занятий используются 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 средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/ п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ПК-9.4 Владеет навыками взаимодействия со средствами массовой информации, как научного, так и общественно-популярного плана, для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества, организации рекламы социальных услуг.	Знает как осуществлять взаимодействие со средствами массовой информации как научного, так и общественно-популярного плана. Умеет взаимодействовать со СМИ для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества; умеет организовывать рекламу социальных услуг. Владеет навыками взаимодействия со средствами массовой информации, как научного, так и общественно-популярного плана, для привлечения внимания общественности к социальным проблемам общества, организации рекламы социальных услуг.	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий Эссе	Вопросы к зачету № 1-3, 7-11, 15, 19-20, 39
2	ПК-8.2 Демонстрирует умение систематизировать материал для СМИ, готовит рекламно-информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах	Знает как систематизировать материал для СМИ, как готовить рекламно-информационные материалы для СМИ, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы. Умеет готовить рекламно-информационные материалы для СМИ, социальных сетей о видах, формах и субъектах реализации социальных услуг с целью популяризации позитивного имиджа социальной работы и информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы. Владеет методами систематизации материалов для СМИ и	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 4-6, 12-14, 15, 16-18, 22-23, 36-38

	развития социальной работы	социальных сетей; владеет навыками подготовки рекламно-информационных материалов для СМИ и социальных сетей		
3	ПК-8.3 Организует и планирует PR компаний для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Знает что такое PR-кампания в социальной сфере Умеет планировать и организовывать PR-кампанию для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы. Владеет навыками планирования, организации и проведения PR_ кампаний в социальной сфере	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 21, 24-26, 33-35, 42
4	ПК-8.4 Разрабатывает рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, способным негативно повлиять на условия жизнедеятельности граждан, а также о видах, формах и субъектах предоставления социальных услуг.	Знает что такое рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, а также о видах, формах и субъектах предоставления социальных услуг. Умеет разрабатывать рекламно-информационные материалы по актуальным социальным проблемам населения, социальным рискам и угрозам, а также о видах, формах и субъектах предоставления социальных услуг Владеет навыками и технологиями создания рекламно-информационных материалов в социальной сфере	Степень участия в дискуссии Опрос на семинаре Выполнение практических заданий	Вопросы к зачету № 27-32, № 3, 40-41

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
Примерный перечень вопросов и заданий

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?

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

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
- параметры 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 миджа (логотип организации, слоган) и текста имиджевого буклета организации.

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.

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.

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 приравнялись 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)

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

Вопросы к зачету.

1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия «публик 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 публик 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 социальной сфере.

Критерии оценки:

«зачтено» - свободное владение теоретическим и практическим материалом в рамках учебной дисциплины, полные развернутые ответы на вопросы к зачету с использованием лекционного материала, основной и дополнительной литературы к курсу, умение формализовать практическую задачу по профилю своей специальности и решить её с использованием изученных особенностей работы с информацией, подготовка всех практических заданий,

«не зачтено» - недостаточное владение теоретическим и практическим материалом, отсутствие навыков использования информационных технологий для решения практических задач по профилю своей специальности, не выполнение практических заданий.

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 Учебная литература:

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540748> (дата обращения: 24.05.2025).

2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с.

— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539699> (дата обращения: 24.05.2025).

3. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544116> (дата обращения: 24.05.2025).

4. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340> (дата обращения: 24.05.2025).

5. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535833> (дата обращения: 24.05.2025).

6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2022. - 323 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 04.02.2025)

7. Основы теории и практики интегрированных коммуникаций и медийной политики в "новой реальности" : учебное пособие / под редакцией П. В. Меньшикова ; П. В. Меньшиков [и др.]. Москва : Изд-во "МГИМО-Университет", 2022. - 462 с.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>

2. Электронная библиотека GREBENNICKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru

3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>

4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com

5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>

2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>

4. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

2. Сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru>

3. Сайт академия анализа данных: курсы лекций по статистическому анализу - <http://statsoft.ru/academy/lections.php>
4. Информационно-образовательный портал, посвященный вопросам анализа и обработки данных - <http://DataReview.info>

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>
2. Приоритетные научные направления РУДН. Специальные коллекции <https://priority-lib.rudn.ru/>
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>
5. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>
6. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>.

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. Электронная библиотека трудов ученых КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ <http://openedu.kubsu.ru/>
4. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>
5. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

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

По дисциплине 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 соответствии 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.

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 форму участия в устном опросе в рамках семинаров, подготовке индивидуальных и групповых заданий.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием:

- 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).

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 выходом в Интернет.
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа,	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения:	Для подготовки и демонстрации презентационных

групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	экран, проектор, компьютер Оборудование: стационарный компьютер с доступом в Интернет	материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 выходом в Интернет.
---	---	--

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 выходом в Интернет.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки факультета управления и психологии)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 выходом в Интернет.