



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принято на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 26 января 2022 г. №6)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
26 января 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ PR

по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль)
«Интернет-маркетинг»

Москва – 2022

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Интернет-маркетинг»

Рабочая программа дисциплины «Основы PR» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг» и предназначена для обучающихся очно-заочной форм обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся ...	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	5
5. Содержание дисциплины	6
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к экзамену	10
9. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) ..	14
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	14
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Основы PR» является освоение теоретических аспектов PR-деятельности, овладение практическими навыками профессиональной работы в области связей с общественностью как науки, отрасли бизнеса и средства политики.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть теоретические и методологические подходы к определению сущности и содержания PR;
- выявить место и роль PR-технологий в рыночных условиях, их особенности;
- изучить особенности разработки PR-технологии для обеспечения конкурентных преимуществ предприятия;
- рассмотреть основные инструменты PR;
- формирование профессиональных навыков в области PR.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Основы PR» входит в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, всего – 144 часов.

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа с преподавателем (всего)	20
В том числе:	
Занятия лекционного типа	12
Занятия семинарского типа (семинары)	8
Самостоятельная работа (всего)	97
Контроль	27
Форма контроля	Экзамен
Общая трудоёмкость дисциплины	144

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК 2.1. Имеет представление о тенденциях развития общественных и государственных институтов. ИОПК 2.2. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах при решении практических задач.</p>	<p>Знать: основные аспекты PR-деятельности; тенденции развития общественных и государственных институтов в PR. Уметь: применять знания основ PR в профессиональной деятельности; анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеть: навыками применения PR-технологий при работе с информацией, поступающей из различных источников; навыками освещения развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК 4.1. Соотносит данные социологических исследований с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп. ИОПК 4.2. Отвечает на запросы и потребности общества и аудитории при решении профессиональных задач.</p>	<p>Знать: основные методы изучения общественного мнения. Уметь: подбирать формы исследования общественного мнения; соотносить данные социологических исследований с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп. Владеть: способностью выявления запросов и потребностей общества и аудитории при помощи исследования общественного мнения при решении профессиональных задач.</p>

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Сущность и основные аспекты PR	<p>Понятие связей с общественностью. Цели и задачи PR. Функции PR. Значение и содержание связей с общественностью. PR как синтез науки и искусства, технологий и менеджмента.</p> <p>Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью. Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации.</p>
Тема 2. Содержание и технологии PR-деятельности	<p>Инструменты масс-медиа. Базовые PR-инструменты. Перспективное и оперативное планирование PR. Государство и PR. Использование PR-технологий в практике государственного и муниципального управления. Государственный PR: основные характеристики и особенности применения.</p> <p>Спонсорство как PR-технология. PR первого лица и стратегия развития компании.</p>
Тема 3. Организация PR-деятельности	<p>Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR-структур и служб. Принципы эффективной работы отдела PR. Основные правила взаимодействия PR-служб со СМИ. Специфика работы с прессой.</p> <p>Фриланс как современная форма организации взаимодействия заказчика и исполнителя.</p> <p>Профессиональные союзы и ассоциации PR. Кодекс профессионального поведения и этики Международной Ассоциации PR (ИПРА). Европейский Кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс). «Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по PR».</p> <p>Международные информационно-правовые нормы. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.</p>
Тема 4. Общественное мнение как структурный элемент PR	<p>Понятие «общественность», особенности использования понятия «общественность» в PR. Типология групп общественности. Определение целевых групп общественности. Приоритетные группы общественности. Технологии коммуникаций с населением и местной общественностью.</p> <p>Общественность, общественное мнение и отношение. Суть общественного мнения. Социальные установки и общественное мнение: ориентация; коориентация; влияние на установки; мотивация изменения установки.</p> <p>Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения.</p>

<p>Тема 5. Инструменты PR-деятельности</p>	<p>Деловые и пресс-мероприятия для представителей целевых аудиторий. Выставочное участие и спецмероприятия. Работа с современными информационными ресурсами. Технологии продвижения в интернете PR-проектов.</p> <p>PR-технологии в цифровом пространстве. Понятие «информационный повод». Формирование «повестки дня». Требования к предоставляемой в процессе реализации информации. Виды и формы сообщений для СМИ, их содержательная и функциональная специфика.</p> <p>Роль и место PR-проектов в развитии новых направлений маркетинга. PR-технологии в цифровом пространстве: особенности и требования к применению.</p> <p>Исследования и аналитика в сфере PR. Оценка PR-деятельности независимыми экспертами.</p>
--	---

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Сущность и основные аспекты PR	2	-	15	17
2.	Содержание и технологии PR-деятельности	2	2	14	18
3.	Организация PR-деятельности	4	2	24	30
4.	Общественное мнение как структурный элемент PR	2	2	19	23
5.	Инструменты PR-деятельности	2	2	25	29
Контроль:					27
ИТОГО:		12	8	97	144

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. PR - важнейший инструмент управления общественностью.
2. Формирование технологии «PR» (исторический аспект).
3. Коммуникационный менеджмент и PR.
4. Имидж фирмы: содержание и факторы формирования.
5. Роль СМИ в PR-работе.
6. Информационное обеспечение PR-деятельности фирмы.
7. Организация системы внутрифирменной коммуникации.
8. Роль и значение специальных мероприятий для развития PR-деятельности фирмы.
9. Становление PR как науки. PR: история и современность.
10. Идеология PR.
11. Методологические принципы и основные подходы исследований в сфере PR.
12. Прямые и обратные информационные потоки в деятельности организации.
13. Процессуальные и содержательные аспекты создания, обработки, хранения, тиражирования и распространения информации
14. Организация и управление PR-деятельностью.
15. Специальные PR-акции фирмы (методика, организация, проведение).

16. Зарубежный и отечественный рынок PR услуг. Организационные структуры.
17. Media relations. Построение отношений со СМИ.
18. Международные PR.
19. Мировая и отечественная история PR.
20. Общественное мнение как структурный элемент PR.
21. Психологические основы PR.
22. Создание информационных поводов, специальных мероприятий.
23. Подготовка пресс-конференции и презентации как ключевых мероприятий PR.

Примерные темы рефератов (докладов, презентаций)

1. Международные информационно-правовые нормы. Доктрина информационной безопасности РФ.
2. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.
3. PR-технологии в цифровом пространстве: особенности и требования к применению.
4. PR-проекты и их роль в развитии новых направлений маркетинга.
5. Основная цель ведения деятельности PR-организацией.
6. Направления и сферы деятельности PR.
7. Эстетические проблемы современной социальной рекламы.
8. Современное корпоративное издание как инструмент внутреннего PR.
9. Спонсорство как PR-технология.
10. PR первого лица и стратегия развития компании.
11. Использование PR-технологий в практике государственного и муниципального управления.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы
1.	Сущность и основные аспекты PR	Подготовка к аудиторным занятиям, написание реферата, подготовка доклада, презентаций	15
2.	Содержание и технологии PR-деятельности	Подготовка к аудиторным занятиям, написание реферата, подготовка доклада, презентаций	14
3.	Организация PR-деятельности	Подготовка к аудиторным занятиям, написание реферата, подготовка доклада, презентаций	24
4.	Общественное мнение как структурный элемент PR	Подготовка к аудиторным занятиям, написание реферата, подготовка доклада, презентаций	19

5.	Инструменты PR-деятельности	Подготовка к аудиторным занятиям, написание реферата, подготовка доклада, презентаций	25
ИТОГО			97

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к экзамену

8.1. Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие связей с общественностью.
2. Цели и задачи PR.
3. Функции PR.
4. Значение и содержание связей с общественностью.
5. PR как синтез науки и искусства, технологий и менеджмента.
6. Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью.
7. Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации.
8. Инструменты масс-медиа.
9. Базовые PR-инструменты.
10. Перспективное и оперативное планирование PR.
11. Государство и PR.
12. Использование PR-технологий в практике государственного и муниципального управления.
13. Государственный PR: основные характеристики и особенности применения.
14. Спонсорство как PR-технология.
15. PR первого лица и стратегия развития компании.
16. Самостоятельные PR-организации.
17. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.
18. Цели и задачи отделов PR в структуре организации.
19. Организация и структура отдела PR, функциональные обязанности его работников. Взаимодействие отдела PR с другими структурными подразделениями организации.
20. Принципы эффективной работы отдела PR. Комплекс коммуникативного маркетинга.
21. Планирование и оценка результатов деятельности отдела PR.
22. Фриланс как современная форма организации взаимодействия заказчика и исполнителя.
23. Профессиональные союзы и ассоциации PR.
24. Кодекс профессионального поведения и этики Международной Ассоциации PR (ИПРА).
25. Европейский Кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс).
26. «Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по PR».
27. Международные информационно-правовые нормы. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации.
28. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.
29. Понятие «общественность», особенности использования понятия «общественность» в PR.

30. Типология групп общественности.
31. Определение целевых групп общественности.
32. Приоритетные группы общественности
33. Общественность, общественное мнение и отношение.
34. Суть общественного мнения.
35. Социальные установки и общественное мнение: ориентация; коориентация; влияние на установки; мотивация изменения установки.
36. Изучение общественного мнения.
37. Типы исследований общественного мнения.
38. Субъект и объект общественного мнения.
39. Становление и развитие общественного мнения.
40. Место общественного мнения в системе управления общественными отношениями.
41. Технологии коммуникаций с населением и местной общественностью
42. Формы и методы формирования общественного мнения
43. Деловые и пресс-мероприятия для представителей целевых аудиторий.
44. Выставочное участие и спецмероприятия.
45. Работа с современными информационными ресурсами.
46. PR-технологии в цифровом пространстве.
47. Понятие «информационный повод».
48. Формирование «повестки дня».
49. Требования к предоставляемой в процессе реализации информации.
50. Виды и формы сообщений для СМИ, их содержательная и функциональная специфика.
51. Роль и место PR-проектов в развитии новых направлений маркетинга.
52. PR-технологии в цифровом пространстве: особенности и требования к применению.
53. Исследования и аналитика в сфере PR.
54. Оценка PR-деятельности независимыми экспертами

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Первый абзац пресс-релиза называется:
 - а) ремарка;
 - б) лид;
 - в) пресс-кит;
 - г) тезис.

2. Идеологом PR считают:
 - а) Э. Бернейза;
 - б) Айви Ли;
 - в) Т. Джефферсона;
 - г) С. Катлипа.

3. Исследователь, который выделил четыре модели развития связей с общественностью:
 - а) С. Адамс;
 - б) Айви Ли;
 - в) Дж. Грюниг;
 - г) Г. Тард.

4. Не является направлением PR:

- а) PR как искусство;
- б) связано с деятельностью;
- в) формирование имиджа в рамках PR;
- г) искажение информации.

5. Методы изучения общественного мнения:

- а) Наблюдение;
- б) Изучение документов;
- в) Эксперимент;
- г) Опросы;
- д) Статистика;
- е) Интервью.

8.3. Типовое задание для оценки умений

Задание 1.

Выберите 3 информационных ресурса в Интернете. Определите тип информационного ресурса с точки зрения профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, охарактеризуйте структуру ресурса и его разделы, укажите примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Укажите возможность и условия заимствования представленного материала для работы. По каждому ресурсу результат представьте в виде небольшой справки.

Задание 2.

Ознакомьтесь с типологией PR-технологий, предложенных в работах А.Н. Чумикова, В.Ф. Кузнецова, Б.Л. Борисова. Составьте сравнительную таблицу предложенных подходов. Выберите наиболее удачную на Ваш взгляд типологию, подберите соответствующие примеры и будьте готовы отстаивать свои доводы.

Задание 3.

Используя базу данных социологических исследований ВЦИОМ (<https://bd.wciom.ru/>) напишите авторский PR-материал на актуальную тему. В своей работе соотнесите данные выбранного вами социологического исследования с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп.

8.4. Типовое задание для оценки навыков

Задание 1.

Используя возможности сети Интернет, подготовьте PR публикацию для печатного СМИ по выбранной студентом проблематике.

Задание 2.

Самостоятельно подготовить и опубликовать авторский PR материал в Интернет-СМИ.

Задание 3.

Разработайте перечень опроса аудитории по актуальной теме. Выделите целевую аудиторию опроса. Проведите опрос. Проведите анализ полученной информации.

В базе данных социологических исследований ВЦИОМ (<https://bd.wciom.ru/>) найдите актуальное исследование по данной теме. Используя полученные данные на сайте и в ходе опроса напишите PR-материал, учитывая интересы и запросы аудитории.

9. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1. Нормативные правовые акты и иные документы (доступно по ссылке <http://pravo.gov.ru>)

1. Конституция Российской Федерации (с изменениями на 4 октября 2022 года). Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года. – Текст : электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/9004937>.

2. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» – Текст : электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201805070038>.

3. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» – Текст : электронный // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [сайт]. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>.

9.2. Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 337 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9890-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/489962>.

2. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 286 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15699-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/509469>.

3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 263 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00227-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/488953>.

9.3. Дополнительная литература

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 126 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14076-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/496828>.

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 109 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-09415-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/493292>.

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 462 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12811-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/496326>.

4. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 223 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04832-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/497751>.

5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 159 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04084-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/492732>.

6. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 351 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-08767-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/492162>.

7. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 133 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-08047-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/493657>.

8. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 173 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06706-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/493974>.

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://elibrary.ru/> – Ресурсы Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН)
2. <http://www.raso.ru/> – Российская ассоциация по связям с общественностью
3. <http://www.sovetnik.ru/> – Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью.
4. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
5. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
6. <https://bd.wciom.ru/> - База социологических данных ВЦИОМ
7. <https://www.prttime.ru/> - сервис для размещения новостей и пресс-релизов

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Занятия семинарского типа

Семинарские (практические занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Практические занятия в форме практической подготовки предусматривают выполнение определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;

- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.