

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.09.2023 14:52:35
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf308519d98ec15fbb2f5eb8c30abfed7547995447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета журналистики

_____/Ю.В. Шуйская/

«22» июня 2023 г

Рабочая программа дисциплины

Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы

PR-агентства. Учебный практикум

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 32 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – дать обучающимся представление об особенностях истории и системы современного образования в сфере рекламы и связей с общественностью, показать формы учебной работы, важность культуры умственного труда, ознакомить с содержанием разных видов профессиональной деятельности.

Задачи:

- раскрыть сущность компетентного подхода в специализированном образовании в сфере PR;
- приступить к первичному освоению обучающимися соответствующих методов работы, особенно планирования работы PR-агентства и индивидуального рабочего времени;
- начать формирование способности к селекции имеющейся информации в целях создания текста пресс- и пострелиза и имиджевых текстов; понимания стандартов качества их написания; навыков образования заголовка и лида; умения эффективно использовать возможности иллюстративного материала адекватно содержанию PR-компаний;
- воспроизвести условия работы агентства в режиме реального времени для ознакомления обучающихся с организацией и особенностями ежедневного труда специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1

Компетентностная карта дисциплины

| Категория (группа) компетенций | Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств) |
|--|-----------------|---|---|
| универсальные компетенции | | | |
| Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение) | УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командной работы ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических дей- |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | ствий в сфере профилактики и разрешения лично-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды |
|--|--|--|--|

РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина входит в состав обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В системе дисциплин блока 1 курс «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» является одним из начальных, знакомящим обучающихся с самыми общими представлениями о профессии, образовании в сфере рекламы и PR, которые в дальнейшем развиваются так или иначе во всех профессиональных дисциплинах, особенно в курсах «Основы теории рекламы», «Брендинг и нейминг», прикладных дисциплинах, профессионально-творческих практикумах и дисциплинах начальной профилизации.

Освоение дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» базируется на знаниях, полученных в процессе изучения дисциплин «Основы рекламной деятельности», «Введение в специальность» и сочетается с параллельно изучаемыми дисциплинами «Техника и технология создания рекламных сообщений», «Современный русский язык».

Знания, которые обучающиеся получают из данного курса относительно сущности получаемой ими профессии, ее базовых характеристик, специального образования, форм самостоятельной работы и развития творческой личности, необходимы для освоения всех дисциплин образовательной программы и видов работы в процессе дальнейшего освоения профессии в период обучения.

РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

Таблица 4.1

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

| З.е. | Всего часов | Контактная работа | | | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль |
|---------------------|-------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|---------|------------|
| | | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского Типа | | | | |
| | | | Лабораторные | Практические/семинарские | | | |
| 2 семестр | | | | | | | |
| 3 | 108 | 16 | | 36 | | 54 | 2 Зачет |
| Всего по дисциплине | | | | | | | |
| 3 | 108 | 16 | | 36 | | 54 | 2 |

Таблица 4.2

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

| З.е. | Всего часов | Контактная работа | | | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль | |
|---------------------|-------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------------|---------|----------|------------|
| | | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | | | | | |
| | | | Лабораторные | Практические/семинарские | Контактная работа по курсовой работе | | | |
| 2 семестр | | | | | | | | |
| 3 | 108 | 2 | | 6 | | | 96 | 4 Зачет |
| Всего по дисциплине | | | | | | | | |
| 3 | 108 | 2 | | 6 | | | 96 | 4 |

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы) видам текущего контроля

Таблица 4.3

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
очная форма обучения**

| Темы\ разделы(модули) | Контактная работа | | | | Часы СР на подготовку кур.р. | Иная СР | Контроль | Всего часов |
|--|--------------------------|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------------------------|---------|----------|-------------|
| | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | | Контактная работа по кур.р. | | | | |
| | | Лаб.р | Прак. /сем. | | | | | |
| Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR | | | | | | | | |
| Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью | 1 | | 2 | | | 5 | | 8 |
| Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося | 1 | | 2 | | | 5 | | 8 |
| Тема 3. Формы учебной работы | 1 | | 2 | | | 5 | | 8 |

| | | | | | | | | |
|---|----|--|----|--|--|----|---|-----|
| Тема 4. Профессия начинается с новости | 1 | | 2 | | | 5 | | 8 |
| Раздел II. Выпуск учебной газеты – практическая форма обучения основам профессии | | | | | | | | |
| Профессионально-творческий практикум. Выпуск 4-полосного (А3) номера газеты новостей | | | | | | | | |
| Занятие 1. Планировка. Распределение ролей. Планирование номера газеты | 2 | | 4 | | | 6 | | 12 |
| Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации | 2 | | 4 | | | 6 | | 12 |
| Занятие 3. Подготовка (создание) материалов (новостных заметок) к печати | 2 | | 4 | | | 6 | | 12 |
| Занятие 4. Подбор иллюстраций. Утверждение макета номера | 2 | | 6 | | | 6 | | 14 |
| Занятие 5. Работа студенческой редакции в режиме реального времени. Работа с «горячими» новостями. Макетирование полос. Верстка. Редактирование и вычитка текстов | 2 | | 6 | | | 6 | | 14 |
| Занятие 6. Летучка. Обсуждение номера. Подведение итогов | 2 | | 4 | | | 4 | | 10 |
| Зачет | | | | | | | 2 | 2 |
| Всего часов | 16 | | 36 | | | 54 | 2 | 108 |

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
заочная форма обучения**

| Темы\ раз- делы(модули) | Контактная работа | | | | Часы СР на подго- товку кур.р. | Иная СР | Кон- троль | Всего часов |
|--|----------------------------------|-----------------------------------|-------|--|---|------------|---------------|----------------|
| | Занятия лекцион- ного типа | Занятия се- минарского типа | | Контакт- ная ра- бота по кур.р. | | | | |
| | | Лаб.р | Прак. | | | | | |
| | | | /сем. | | | | | |
| Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR | | | | | | | | |
| Тема 1. образо- вание в сфере рекламы и свя- зей с обще- ственностью | 1 | | 0 | | | 10 | | 11 |
| Тема 2. Куль- тура учебного (умственного) труда обучаю- щегося | 1 | | 1 | | | 10 | | 12 |
| Тема 3. Формы учебной работы | 0 | | 1 | | | 9 | | 10 |
| Тема 4. Профес- сия начинается с пресс-релиза | 0 | | 1 | | | 9 | | 10 |
| Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии | | | | | | | | |
| Профессионально-творческий практикум. | | | | | | | | |
| Занятие 1. Пла- нерка. Распреде- ление ролей. Пла- нирование PR- кампании | 0 | | 1 | | | 10 | | 11 |
| Занятие 2. Работа с информацион- ными поводами. Сбор информации | 0 | | 0 | | | 10 | | 10 |
| Занятие 3. Подго- товка (создание) материалов | 0 | | 0 | | | 10 | | 10 |
| Занятие 4. Подбор иллюстраций | 0 | | 1 | | | 9 | | 10 |
| Занятие 5. Работа с поступающими | 0 | | 0 | | | 10 | | 10 |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|----|---|-----|
| пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов | | | | | | | | |
| Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании | 0 | | 1 | | | 9 | | 10 |
| Зачет | | | | | | | 4 | 4 |
| Всего часов | 2 | | 6 | | | 96 | 4 | 108 |

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

| Наименование раздела\темы дисциплины | Содержание раздела |
|---|---|
| Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR. | |
| Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью | История образования в сфере рекламы и PR. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки. Необходимость фундаментальной подготовки. Современная система подготовки кадров в сфере PR. Особенности обучения профессии в сфере рекламы и PR. Многоуровневая подготовка: бакалавр, специалист, магистр. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью». Программы обучения и учебный план. Компетентный подход в образовании в области рекламы и PR. Понятие компетенции. Основные компетенции. Качества специалиста в сфере рекламы и PR, выходящие на первый план в современных условиях. Универсализм профессии. |
| Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося | Адаптация обучающихся к учебной деятельности в вузе. Научная организация труда (НОТ) как основа рационального обучения. Особенности ее применения в учебной деятельности. Основные задачи учебной деятельности обучающихся. Правила рациональной организации умственной деятельности: целеполагание, планирование, создание нормальных условий для работы, использование полезных стереотипов в труде, соблюдение этапов работы, использование установки на интерес и полезность труда, перемена видов деятельности, чередование труда и отдыха. Активизация умственного процесса. Развитие внимания и наблюдательности, мышления и воображения. Основные правила развития памяти. Мнемотехника. Культура чтения. Круг чтения. Выбор литературы, ее поиск. Цели и способы чтения. Скорость чтения. Чтение печатной прессы, интернет-изданий – составная часть учебы обучающегося. Профессиональные издания и организации. |

| | |
|---|---|
| <p>Тема 3. Формы учебной работы</p> | <p>Виды и формы учебной деятельности. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.</p> <p>Специфика и роль лекции. Правила эффективного восприятия лекционного материала. Техника записи лекций. Оформление конспекта.</p> <p>Семинар. Подготовка к семинарам и работа на семинарах. Источники информации. Работа с понятиями. Искусство публичного выступления. Лабораторно-практические занятия, творческие мастерские. Условия для творчества в профессиональной сфере. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в рекламных агентствах.</p> <p>Формы отчетности.</p> <p>Виды письменных работ. Общие правила издательского труда. Источники для письменных работ. Изучение литературы, сбор материала, сбор эмпирического материала. План работы и процесс написания. Структура письменной работы и правила оформления, библиография.</p> <p>Правила конспектирования, типы и виды конспектов. Интернет и компьютерные банки данных в учебной работе обучающегося. Профессиональное досье в сфере рекламы и PR.</p> <p>Формы контроля за усвоением знаний. Специфика подготовки к зачетам и экзаменам. Формы промежуточного и конечного контроля за усвоением знаний, дающие документ на право заниматься профессией специалиста ПР.</p> |
| <p>Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза</p> | <p>Что может считаться пресс-релизом? Какие бывают пресс-релизы? Какой должен быть пресс-релиз, чтобы заинтересовать аудиторию? Ракурс. Оценка и отбор информации. Основные функции пресс-релиза.</p> <p>Жанр текстов в сфере рекламы и связей с общественностью. (информационная заметка). Целевая аудитория. Информационный повод. Пресс-релиз. Пресс-конференция и брифинг.</p> <p>Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида (можно ли не прочесть последний абзац без ущерба для смысла?). Источник информации.</p> |
| <p>Раздел II. Профессионально-творческий практикум. Создание PR-кампании</p> | |
| <p>Занятие 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании</p> | <p>Знакомство с правами и обязанностями представителей творческой и технической частей агентства. Распределение ролей в соответствии с должностями в агентстве (редактор, ответственный секретарь, руководители отделов, корректоры и пр.).</p> <p>Обсуждение актуальной повестки дня. Разработка стратегии. Поиск информационных поводов. Выработка и утверждение концепции кампании. Определение главной идеи.</p> |
| <p>Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации</p> | <p>Анализ поступивших в редакцию анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов. Распределение заданий. Самостоятельный поиск информации. Знакомство с правилами написания текстов. Сбор информации. Работа с источниками. Поиск информации в Интернете. Поиск альтернативных источников. Проверка информации.</p> |

| | |
|---|---|
| Занятие 3. Подготовка (создание) материалов | Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными. Проведение фотосъемок. Набор собственных материалов, их обсуждение в рамках утвержденных концепций. Работа в команде. |
| Занятие 4. Подбор иллюстраций | Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала. Поиск недостающих фотографий в Интернете. Цифровая обработка и редактирование фотографий. Разработка и утверждение иллюстративного материала, необходимого для PR-кампании. |
| Занятие 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов | Разбор пресс-релизов, выявление характерных особенностей, плюсов и минусов. Создание собственных материалов в рамках PR-кампании. Проверка материалов, предназначенных для дальнейшей работы, на соответствие требованиям заказчика. Литературное редактирование и форматирование текстов. Чистовая корректура «свежей головой». Обсуждение готового плана и материалов PR-кампании с заказчиком. Запуск кампании. |
| Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании | Проведение летучки под руководством преподавателя. Выступление редактора, других участников PR-кампании, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации работы. Подведение итогов работы PR-агентства целом и каждого обучающегося преподавателем. |

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Раздел I. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

Тема № 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

1. История специального образования в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Первые школы специалистов в сфере PR.
3. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки.
4. Необходимость фундаментальной подготовки.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося

1. Особенности обучения стандартам профессии.

2. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью».
3. Программы обучения и учебный план.
4. Компетентный подход в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью.
5. Понятие компетенции.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 3. Формы учебной работы

1. Виды и формы учебной деятельности.
2. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.
3. Специфика и роль лекции.
4. Правила эффективного восприятия лекционного материала.
5. Техника записи лекций. Оформление конспекта. Подготовка к семинарам и работа на семинарах.
6. Источники информации.
7. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в PR-агентствах.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 4. Профессия начинается с пресс-релиза

1. Пресс-релиз как информационный жанр.
2. Пресс-релиз в СМИ.
3. Специфика текста.
4. Целевая аудитория.
5. Информационный повод.
6. Пресс-конференция и брифинг.
7. Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида.
8. Источник информации.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии **Занятие № 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании**

1. Распределение ролей в соответствии с должностями в PR-агентстве.
2. Знакомство с условиями подготовки в компьютерном классе.

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации

1. Анализ поступивших анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов.
2. Подбор информации для проведения кампании.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 3. Подготовка (создание) материалов

1. Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными.
2. Набор собственных материалов, их редактирование при консультации преподавателя.
3. Работа в команде над подборками материалов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 4. Подбор иллюстраций. Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала.

1. Поиск недостающих фотографий в Интернете.
2. Цифровая обработка и редактирование фотографий.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов

1. Подготовка материалов в связи с профессиональным заданием
2. Проверка материалов, предназначенных для PR-кампании, на соответствие требованиям, поставленным заказчиком.
3. Литературное редактирование и форматирование текстов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании Проведение летучки под руководством преподавателя.

1. Выступление редактора, других участников агентства, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации выпуска.
2. Подведение итогов работы PR-агентства в целом и каждого обучающегося преподавателем.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

5. История специального образования в сфере рекламы и связей с общественностью.
6. Первые школы специалистов в сфере PR.
7. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки.
8. Необходимость фундаментальной подготовки.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося

6. Особенности обучения стандартам профессии.
7. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью».
8. Программы обучения и учебный план.
9. Компетентный подход в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью.
10. Понятие компетенции.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 3. Формы учебной работы

8. Виды и формы учебной деятельности.
9. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.
10. Специфика и роль лекции.
11. Правила эффективного восприятия лекционного материала.
12. Техника записи лекций. Оформление конспекта. Подготовка к семинарам и работа на семинарах.
13. Источники информации.

14. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в PR-агентствах.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 4. Профессия начинается с пресс-релиза

9. Пресс-релиз как информационный жанр.
10. Пресс-релиз в СМИ.
11. Специфика текста.
12. Целевая аудитория.
13. Информационный повод.
14. Пресс-конференция и брифинг.
15. Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида.
16. Источник информации.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии Занятие № 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании

3. Распределение ролей в соответствии с должностями в PR-агентстве.
4. Знакомство с условиями подготовки в компьютерном классе.

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации

3. Анализ поступивших анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов.
4. Подбор информации для проведения кампании.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 3. Подготовка (создание) материалов

4. Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными.
5. Набор собственных материалов, их редактирование при консультации преподавателя.
6. Работа в команде над подборками материалов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 4. Подбор иллюстраций. Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала.

3. Поиск недостающих фотографий в Интернете.
4. Цифровая обработка и редактирование фотографий.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов

4. Подготовка материалов в связи с профессиональным заданием
5. Проверка материалов, предназначенных для PR-кампании, на соответствие требованиям, поставленным заказчиком.
6. Литературное редактирование и форматирование текстов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
 Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании Проведение летучки под руководством преподавателя.

3. Выступление редактора, других участников агентства, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации выпуска.
4. Подведение итогов работы PR-агентства в целом и каждого обучающегося преподавателем.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОС ВО в целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарские и практические занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме обсуждений, дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных аспектов обучения в ходе их знакомства с профессией.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

Таблица 5.1

Очная форма обучения

| Наименование разделов, тем | Используемые образовательные технологии | Часы |
|--|---|-------------|
| Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося | Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в сфере рекламы и PR». Часть 2. Дискуссия на тему: обучающийся-первокурсник: «Что читает и что ему надо читать». | 2 |

| | | |
|---|--|---|
| Тема 3. Формы учебной работы | Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью». Часть 2. Дискуссия на тему «Какие теоретические и практические занятия были в 1-м семестре, какие виды самостоятельной работы выполнялись и какими они должны быть». | 2 |
| Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза | Семинарское занятие. Дискуссия на тему «Виды PR-кампаний: как они различаются в зависимости от специфики заказчика?» Обсуждение пяти основных понятий, принадлежащих новости: перевернутая пирамида, формула Квинтилиана, заголовок, лид, бэкграунд. | 2 |

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

| Наименование разделов, тем | Используемые образовательные технологии | Часы |
|--|--|------|
| Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося | Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в сфере рекламы и PR». Часть 2. Дискуссия на тему: обучающийся-первокурсник: «Что читает и что ему надо читать». | 2 |
| Тема 3. Формы учебной работы | Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью». Часть 2. Дискуссия на тему «Какие теоретические и практические занятия были в 1-м семестре, какие виды самостоятельной работы выполнялись и какими они должны быть». | 2 |
| Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза | Семинарское занятие. Дискуссия на тему «Виды PR-кампаний: как они различаются в зависимости от специфики заказчика?» Обсуждение пяти основных понятий, принадлежащих новости: перевернутая пирамида, формула Квинтилиана, заголовок, лид, бэкграунд. | 2 |

Практикум

Специфика рекламы и связей с общественностью как профессии

Понятие профессии как рода трудовой деятельности, требующей специальных знаний, умений и качеств. Типы профессий в профессиологии.

Профессия PR-специалиста как синкретическая, включающая в себя сигнономический аспект (человек — знаковая система), соционимический (человек — человек) и артономический (человек — художественный образ). Виды специализаций и профилизаций.

Реклама и связи с общественностью в системе цивилизации и культуры. Связи с общественностью эпохи постиндустриального информационного общества. Реклама в Интернете.

Своеобразие профессии в ряду других информационно-творческих, социально-ориентирующих профессий: писатель, работник культуры, педагог, ученый, политик, проповедник, судья, адвокат. Множественность профессиональных ролей, универсализм профессии.

Реклама и связи с общественностью профессия в обществе

Место и роль профессии в обществе, в процессе функционирования информации в социуме. Особенности современных функций в условиях многоукладности экономики, разнообразия политических идей и структур, конкуренции на информационном рынке.

Потребности общества и аудиторные интересы как пусковые механизмы различных направлений функционирования рекламы в обществе. Сложность и динамичность процесса функционирования рекламы. Специалист в сфере PR как субъект, средство и объект информационного взаимодействия различных социальных субъектов. Социальные и профессиональные роли специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью. Законодательство РФ в сфере рекламы, PR и связей с общественностью.

Организации и профессиональные издания в сфере рекламы и связей с общественностью.

Профессиограмма специальности

Профессиограмма — как модель профессии: функции, задачи, предмет отражения и объект воздействия или взаимодействия, основные виды деятельности, продукт, результат труда, специфика, характер деятельности, орудия и средства труда, условия деятельности, режим и ритм труда, виды профессиональных сложностей, психологические характеристики профессиональной деятельности, особенности умственных процессов (внимания, памяти, мышления, творческих способностей и т.п.), требования к кадровому составу, уровню квалификации, типу образования, профессиональным и личностным качествам специалиста в области рекламы, PR и связи с общественностью.

Тип деятельности: информационная с большой долей и организаторской работы. Сочетание индивидуального творчества с коллективным характером редактирования

Преобладающие виды деятельности: планирование и организация, участие в производственно-технологическом процессе создания рекламы и PR-кампании, работа с ретранслируемой информацией, взаимодействие с общественными и государственными структурами, рекламная и коммерческая деятельность. Многообразие объектов отражения и источников информации.

Характеристики профессии: оперативность, динамизм, мобильность, ритмологичность, универсализм в сочетании со специализацией, многофункциональность, многообразие обязанностей, высокий уровень социальной ответственности, массовизм, злободневность, актуальность, высокая степень новизны, разнообразных, непредсказуемых, постоянно меняющихся ситуаций, эвристичность, парадоксальность, мозаичность, большие моральные, нервные и физические перегрузки, высокий темп работы, повышенная степень риска, стрессовости, открытость профессии.

Парадоксы профессии. Условия деятельности, режим и ритм труда: ненормированность рабочего дня, оперативность и интенсивность труда, командировки. Специфика работы в творческих коллективах. Судебные процессы и преследования. Трудности и сложности профессии. Опасности для жизни и здоровья. Болезни профессии.

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций, проведением семинарских и практических занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, и вырабатываются практические навыки столь важные для успешной подготовки к профессии и к созданию и защите выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, оценку, обсуждение и рецензирование материалов в рамках создания PR-компании, ответы на контрольные вопросы; решение задач; подготовку к выпуску учебной газеты, практическую работу коллектива в режиме реального времени. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем и участием в занятиях профессионально-творческого практикума.

Таблица 6.1

Самостоятельная работа

| Наименование разделов, тем | Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение |
|--|---|
| Раздел I: Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR | Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR |
| Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью | <p>Основные этапы истории образования. Особенности образования в советский период. Изменения в образовании в настоящее время. Специфика многоуровневой подготовки пиарщиков. Основные характеристики государственного образовательного стандарта. Усиление практической подготовки обучающихся в образовании в сфере рекламы и PR. Сущность и особенности компетентного подхода в высшем образовании.</p> |
| Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося | <p>Что такое НОТ? Правила рациональной организации труда обучающегося. Искусство планирования и учета времени. Основной принцип рациональной работы. 10 правил культуры умственной деятельности. Развитие способностей, необходимых для учебы и будущей профессии. Девять правил развития памяти, пять методов мнемотехники. Развития внимания и наблюдательности. Культура чтения и процесс осмысления текста.</p> |
| | <p>Основные формы учебной деятельности. Лекция и качества ее восприятия. Почему обучающемуся журфака необходимо постоянно следить за публикациями в СМИ. Семинарские и лабораторно-практические занятия – фундамент основ творческой деятельности обучающегося на факультете рекламы и связям с общественностью. Типы конспектов и методы конспектирования. Письменная работа: структура и правила оформления. Виды практик, досье.</p> |

| | |
|--|---|
| Тема 3. Формы учебной работы | <p>Основные свойства новости. Новость как информационный жанр. Схема написания новости. Типы новости. Виды актуальности новости. Формула Квинтилиана. Источник информации и цитата в новости. Оценка новостей и их отбор. Краткая (жесткая) новость. Информационный повод. Заголовок, подзаголовок и лид.</p> |
| Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации | <p>Анонсы информагентств и их роль в подготовке номера газеты. Информационные поводы в работе редакции. Рубрики и темы на полосе. Аккредитация и ее правила. Основные методы сбора информации. Проверка информации в работе редакции.</p> |
| Занятие 3. Подготовка (создание) материалов | <p>Авторская работа над текстами информационных заметок, их набор и редактирование. Фотосъемка подобранных объектов.</p> |
| Занятие 4. Подбор иллюстраций | <p>Работа над иллюстративными материалами в совокупности с текстами новостей. Выработка проекта макета номера газеты.</p> |
| Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании | <p>Анализ и оценка номера в целом, каждой полосы, текстов и иллюстраций.</p> |

6.1. Темы эссе¹

1. Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в профессии.
2. Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью.
3. Виды PR-кампаний: как поддержать репутацию?
4. Правила организации умственного труда.
5. Внимание и способы его тренировки.
6. Наблюдательность и ее тренировка.
7. Типы памяти. Рациональное запоминание.
8. Восприятие и понимание. Работа с понятиями и определениями.
9. Культура чтения.
10. Учебное и профессиональное досье.

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Задание 1

Вспомнить содержание сказки А.С. Пушкина «Сказка о рыбаке и рыбке» и передать (написать) это содержание как общественное.

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

Задание 2

Написать пресс-релиз в двух вариантах по одному и тому же событию (с разными лидами) с учетом типа издания и его аудитории.

Задание 3

Подобрать в прессе 6 разных рекламных сообщений. Вырезать их и наклеить на лист А4. Сделать подробный разбор каждого сообщения с точки зрения привлекательности для целевой аудитории.

Создать свои варианты рекламных сообщений тех же товаров и услуг.

Задание 4

Представить (написать кратко) схему создания PR-компании.

РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1В процессе освоения учебной дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

| Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции | Содержание учебного материала | Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений | Методы\ средства контроля |
|---|--|--|---|
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | | | |
| ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия. | Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося Тема 3. Формы учебной работы | Какие качества профессионала, изученные в курсе «Введение в специальность» свидетельствуют о компетентном подходе в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью? Что понимается под универсализмом профессии специалиста рекламы и PR? Какие качества профессионала выходят на передний план в современных условиях? Почему профессионалу в сфере рекламы и связей с общественностью необходима фундаментальная подготовка? Каковы пути развития внимания и наблюдательности, мышления и воображения? | Тестирование (задания 1 – 11) Написание эссе (темы 2 -6) |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | Почему обучающемуся необходимо читать прессу, интернет-издания? | |
| ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы. | Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза Профессионально-творческий практикум. | Задание. Написать кратко схему создания текста пресс-релиза. Задание. Написать пресс-релиз с различными лидами (один и тот же). Каков девиз пресс-релиза? Что означает понятие перевернутая пирамида? Что обязательно должно быть помимо самого события (факта)? Как сочетаются между собой заголовок, подзаголовок и лид? | Устный опрос (тема 4) Тестирование (задания 2 – 10) Написание эссе (темы 2 - 7) |
| ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов | Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза Профессионально-творческий практикум. | Каковы основные виды деятельности сотрудников PR-агентства? Почему необходима подготовка PR-кампании? На соответствие каким требованиям проходят проверку материалы, предназначенные для PR-кампании? Что такое «дедлайн»? Почему необходимы обсуждение и анализ стратегии? Какие требования предъявляются к иллюстративным материалам? | Написание эссе (темы 1 - 7). Тестирование (задания 3 – 11) Устный опрос (тема 4) Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 1 – 10) |

| | | | |
|-----------------|--|--|--|
| работы команды. | | | |
|-----------------|--|--|--|

7.2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации зачету

1. История образования в сфере рекламы и связи с общественностью.
2. Современная система образования в сфере рекламы и связи с общественностью.
3. Формы учебной работы.
4. Культура умственной деятельности обучающегося.
5. Работа с литературой и правила конспектирования.
6. Структура письменной работы и правила оформления.
7. Новость и ее основные средства.
8. Структура новостного текста.
9. Виды актуальности новости.
10. Оценка новостей и их отбор.

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

- А – согласен целиком.
 Б – согласен.
 В – затрудняюсь ответить определенно.
 Г – не согласен.
 Д – совершенно не согласен.

1. Творческие способности к связям с общественностью у меня выше, чем у большинства обычных людей, и я их с успехом реализую.
2. Я больше, чем другие люди, забочусь о впечатлении, которое я произвожу на окружающих.
3. Я проявляю большую независимость в суждениях и меньший конформизм мышления, чем большинство людей.
4. Когда мне приходится собирать материал для анализа репутации конкретной кампании, я очень осторожен и работаю более медленно, чем мои коллеги.
5. Я рискую чаще, чем многие люди. Даже тогда, когда нет гарантии выигрыша.
6. Я более осторожен в отношении случайностей, чем большинство людей.
7. Я считаю себя более избирательным, изобретательным, решительным, независимым, бескорыстным, полным энтузиазма и более трудолюбивым, чем большинство людей.
8. Меня больше, чем других, занимает мысль – что люди думают обо мне.
9. Я чаще всего даю более нестандартное описание, рассказ о событиях, на которых побывал вместе с коллегами из других PR-агентств.
10. У меня, по-видимому, более слабое, чем у большинства людей, чувство своей индивидуальности и удовлетворенности собой.
11. Я больше, чем другие, чувствую себя одиноким, подчиненным данному свыше жизненному призванию, и это чувство отдаляет меня от обычных забот обычного человека.
12. Я талантливый специалист, поэтому, если кто меня и критикует за те или иные мои работы, то только из чувства зависти.
13. У меня больше авторитарных замашек, чем у многих других.

²Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено»\ «не зачтено»

14. Когда я пишу материал, готовлю передачу, я работаю медленнее коллег лишь потому, что пытаюсь синтезировать всю собранную мной информацию.
15. Я считаю себя более ответственным, искренним, надежным, заслуживающим доверия, здравомыслящим, терпимым и понимающим, чем большинство людей.
16. В моем понимании, я более способен, чем другие люди, гибко реагировать, рассуждать, менять один аргумент на другой.
17. У меня больше признаков психического здоровья, чем у большинства людей.
18. Я менее других людей способен стоять на своем, когда мне приходится не соглашаться с другими.
19. Я более субъективен, чем большинство людей.
20. Я более творческий человек, чем большинство моих коллег, и мешают мне полностью реализовать огромный потенциал чаще всего препятствия, которые сам я устранить не в силах.
21. Я чаще других людей стараюсь избегать ситуаций, в которых чувствовал бы в чем-то свою неполноценность.
22. Я более свободен, чем другие люди, и меньше поддаюсь жесткому контролю.
23. Я без колебаний, ни на что не смотря, берусь за кейсы, в которых могу выразить свои взгляды, точку зрения, соответствующие моим убеждениям.
24. Чаще других людей я, в силу особенностей профессии, основываю свои суждения и выводы, опираясь на характер источника информации, нежели на саму информацию.
25. Я как человек творческий в большей степени, чем другие люди, не приемлю внешнего давления.
26. Я более самостоятелен в экономическом отношении, чем большинство людей.
27. Я лучше информирован, чем большинство людей с такими же умственными способностями и с таким же уровнем образования.
28. По сравнению с большинством людей, я более склонен менять свои интересы ради сохранения места работы, нежели менять работу ради отстаивания своих интересов.
29. У меня меньше жизненной силы и энтузиазма, чем у большинства других людей.
30. Больше многих других людей меня привлекают сложные проблемы и ситуации, нежели простые и понятные.
31. Меня интересует более широкий круг вопросов, чем тот, что характеризует моих коллег.
32. Я менее властен и агрессивен, чем большинство людей.
33. Я менее свободен от скованности и запретов, чем многие люди.
34. Вероятно, я в большей степени, чем большинство людей, склонен рассматривать авторитет как абсолют, а не как традицию.
35. Я в большей степени, чем коллеги, предпочитаю нормативные ситуации тем, которые требуют какого-то решения.
36. У меня больше энергии, чем у большинства других людей.
37. Мне присуща большая гибкость мышления, чем коллегам.
38. Больше других людей я стараюсь придерживаться «реалистичного», предсказуемого стиля поведения.
39. Мои интересы более ограничены, чем у большинства людей.
40. По сравнению со многими, меня больше интересуют межличностные отношения, я не боюсь общения с кем бы то ни было, и я менее скован.
41. По сравнению с большинством людей, я также в большей степени доволен собой, чувствую себя более удовлетворенным.
42. Я не столь самоуверен, как большинство коллег.
43. Больше других людей я, в силу специфики своей профессии, стремлюсь к результату. И у меня часто просто нет возможности досконально изучить вопрос, собрать максимум информации по нему, прежде чем создавать пресс-релизы и планы кампаний.
44. Я чаще других способен удивить собеседника тем, что говорю.

45. Во взаимоотношениях с подчиненными, в отличие от многих руководителей, у меня существует или существовал бы такой принцип: подчиненные должны быть мне безоговорочно верны.
46. Мой личностный склад сложнее, чем у большинства людей.
47. Когда я вслух обсуждаю проблему, я могу более гибко, чем большинство людей, менять подход к ней.
48. Я не таков, как большинство людей.
49. Я хуже, чем многие другие люди, воспринимаю свои внутренние импульсы.
50. Когда возникает необходимость в этом, я способен выдвигать больше идей и делаю это быстрее, чем большинство коллег.
51. В большей степени, чем другие люди, я могу проявить в отношении своих руководителей такие качества, как беспрекословное подчинение, преданность и уважение, граничащее с восхищением.
52. Я более, чем коллеги, восприимчив к эстетической стороне мира.
53. Больше, чем представители других профессий, я ценю свой социальный статус, положение, неплохую зарплату, а не сам «интерес к работе».
54. Я более скрытный, чем большинство людей.
55. Я иначе, чем большинство других людей, реагирую на сложности – скорее как на вызов, чем на то, чего следует избегать.
56. Вероятно, я, в отличие от многих других людей, вижу свое будущее в основном связанным со своей газетой (телерадиокомпанией), и меня очень волнует все происходящее здесь.
57. Я, прежде всего, в силу специфики и социального статуса профессии пиарщика, более ответственно, чем большинство людей, работаю над каждым своим произведением.
58. Я делаю выводы быстрее и точнее, чем большинство людей.
59. По критериям научной психологии я, может быть, не очень хорошо приспосабливаюсь к обстоятельствам, но я хорошо приспособлен к жизни в том смысле, что я занимаюсь полезным для общества трудом и доволен своей работой.
60. Я более других способен к конструктивной критике.
61. Чувство интуиции и проницательность у меня развиты лучше, чем у большинства людей.
62. В трудных жизненных обстоятельствах я обычно обнаруживаю меньше свидетельств силы воли, характера, чем большинство людей.
63. По сравнению с коллегами, я в большей степени ориентирован на успех.
64. Я более динамичен, чем большинство людей.
65. Я, в отличие от некоторых своих коллег, предпочитаю избегать готовить материалы на актуальные, но «скользкие» темы – а вдруг придет опровержение или на меня подадут в суд?
66. Я ценю и, как мне кажется, понимаю юмор больше других людей.
67. Я меньше других способен пререкаться с начальством.
68. Я меньше других людей склонен поддерживать, а иногда и сам совершать «безрассудные» поступки.
69. У меня менее, чем у большинства людей, догматичный взгляд на жизнь, я хорошо понимаю, что все относительно.
70. Мне кажется, что у меня более острая, чем у других, потребность в разрешении трудных и сложных проблем.
71. Я терпимее, чем большинство других людей, отношусь к явному беспорядку.
72. Специфика моей профессии чаще, чем у большинства людей, предполагает работу в сложных и совершенно новых условиях.
73. Я более свободно выражаю «женские» интересы, чем большинство других мужчин (отвечают мужчины).
74. Я более свободно выражаю «мужские» интересы, чем большинство других женщин (отвечают женщины).

7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на зачете

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- незнание значительной части программного материала;- не владение понятийным аппаратом дисциплины;- существенные ошибки при изложении учебного материала;- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- незнание значительной части программного материала;- не владение понятийным аппаратом дисциплины;- существенные ошибки при изложении учебного материала;- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.

2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4

Шкала оценивания тестирования

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|---------------------|--|
| Отлично | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Хорошо | Количество верных ответов в интервале: 56-70% |
| Удовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 41-55% |
| Неудовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 0-40% |
| Зачтено | Количество верных ответов в интервале: 41-100% |
| Не зачтено | Количество верных ответов в интервале: 0-40% |

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки — это умения, развитые и закреплённые осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблшер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :
<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :
<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

| | |
|--|---|
| Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения | Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска |
| Помещение для самостоятельной работы | Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели |