

Подписано электронной подписью:

Вержицкий Данил Григорьевич

Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
4710861ad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Кемеровский государственный университет»

Новокузнецкий институт (филиал)

Факультет экономический

Кафедра социологии и философии

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

С.Н. Часовников

«11» февраля 2016 г:



Рабочая программа дисциплины
Б1.В.ДВ.3.1 Связи с общественностью

Направление подготовки

39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки

Социология коммуникаций

Программа

академического бакалавриата

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Год набора 2016

Новокузнецк 2017

Сведения об утверждении:

Рабочая программа дисциплины утверждена Ученым советом экономического факультета
(протокол Ученого совета факультета № 9 от 09.03.2017 г.)

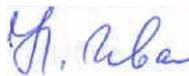
Одобрена на заседании методической комиссии

(протокол методической комиссии экономического факультета № 7 от 28.02.2017 г.)

Одобрена на заседании кафедры социологии и философии

(протокол № 5 от 06.02.2017 г.)

Зав. кафедрой



Н. А. Иванова

Оглавление		
1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	4
3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
3.1.	Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	5
4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1.	Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	5
4.2.	Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	6
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.1.	Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине	10
6.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы	11
6.3.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	19
7.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
	а) основная учебная литература	19
	б) дополнительная учебная литература	19
8.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины	19
9.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
10.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	21
11.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21
12.	Иные сведения и (или) материалы	21
12.1.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	21
12.2.	Занятия, проводимые в интерактивных формах	22

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

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен:

1.1 овладеть следующими результатами обучения по дисциплине: «Связи с общественностью»:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-5	способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Знать: основы подготовки и реализации проектных работ, способы организации маркетинговых служб. Уметь: планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения. Владеть: принципами организации маркетинговых служб.
ПК-10	способность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности	Знать: теорию и методику проведения прикладных социологических исследований. Уметь: применять теоретические знания и практические навыки анализа результатов научных и прикладных исследований. Владеть: навыками участия в исследовательских проектах и подготовки экспертных заключений по их результатам.
ПК-14	способность обосновать практическую целесообразность исследований, направленных на изучение различного рода социальных явлений, планировать и осуществлять исследование общественного мнения с использованием методов сбора и анализа социологической информации	Знать: методы и процедуры социологических исследований Уметь: определять и обосновывать практическую целесообразность исследований социальных явлений; Владеть: навыками планирования исследований общественного мнения в разных управленческих средах

1.2 получить в области осваиваемой предметной сферы следующие теоретические представления и практические умения:

знать:

- о структуре общественных отношений в обществе и способах управления ими;
- о роли и возможностях ПР в системе государственного, муниципального и коммерческого управления;
- о проблемах выражения, формирования и изучения общественного мнения;
- о возможностях паблик рилейшнз в сфере бизнеса, политики, в условиях кризисных ситуаций;
- о практических методах ПР: работа со СМИ, с общественными организациями, с населением;

уметь:

- анализировать формирование общественных отношений;
- организовать и провести ПР-кампанию;
- работать со СМИ;
- работать с общественными организациями и населением.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1 «Связи с общественностью» относится к блоку 1 вариативной части. Она дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков в научно-методическом, техническом и информационном обеспечении маркетинговых исследований для различных целевых аудиторий, в участии в разработке рекомендаций маркетинговых служб.

Курс «Связи с общественностью» убеждает в том, что каждая организация нуждается в PR, что основные усилия PR направлены на внешнюю аудиторию, которой нельзя приказывать. Коммуникативные стабилизаторы, создаваемые PR, помогают порождать ситуацию в нужном русле, отбирать из ситуации нужные, заранее заданные элементы, поддерживаемые системой.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Таблица 1. Структурно-логическая схема формирования компетенций

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ПК –5	Экономическая теория Методология и методы социологического исследования	Связи с общественностью	Политическая социология Социальное прогнозирование и проектирование
ПК-10	Социология управления Анализ данных в социологии		
ПК-14	Социология коммуникаций		

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет **4** зачетных единиц (ЗЕТ), **144** академических часов.

3.1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах)

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	52
Аудиторная работа (всего**):	52
в т. числе:	
Лекции	16
Семинары, практические занятия	36
В том числе в активной и интерактивной формах:	16
Практикумы	
Лабораторные работы	
Внеаудиторная работа (всего**):	
В том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:	
Курсовое проектирование	
Групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем	
Творческая работа (эссе)	
Самостоятельная работа обучающихся (всего**)	56

Вид учебной работы	Всего часов
Вид промежуточной аттестации обучающегося (экзамен)	36

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоемкость (часов) всего	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			аудиторные учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся	
			лекции	семинары, практические занятия		
1.	Сущность и содержание деятельности ПР-	35	5	12	18	ПР-1 ИЗ
2.	Организация и основные направления деятельности ПР-	35	5	12	18	ПР-1 ИЗ
3.	Технологии деятельности ПР-	38	6	12	20	ПР-1 ИЗ
4.	Экзамен	36				
5.	Итого:	144	16	36	56	УО-4 экзамен

Примечание: * УО-4 – экзамен. ПР-1 - тест, ИЗ – индивидуальное задание

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Содержание лекционного курса

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Сущность и содержание ПР-деятельности	
1	Связи с общественностью как сфера деятельности и как научная дисциплина.	Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР). История становления ПР как области знаний и сферы деятельности. Основные этапы эволюции института связей с общественностью. Развитие ПР в США, Европе и России. Связи с общественностью: понятие и основные подходы к изучению. Общие психологические основания ПР-деятельности. Правовые основы ПР.
2	Объекты ПР-деятельности: общественность и общественное мнение.	Общественное мнение как структурный элемент ПР. Понятие «общественное мнение» и его природа. Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института. Субъект общественного мнения. Механизмы выявления субъекта общественного мнения. Объекты общественного мнения. Основные критерии определения объекта общественного мнения. политики. Понятие общественности. Подходы к структурированию

		общественности.
3	Механизмы формирования общественного мнения	Понятие социальной установки. Принцип доминанты А.А.Ухтомского. Понятие стереотипа. Свойства стереотипов, используемые в ПР. Психологическая природа стереотипов. Законы восприятия. Формы проявления стереотипов: кодирование общественного сознания, миф, имидж. «Вечные» стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы, типовые стереотипы. Основные приемы выявления стереотипов.
4	Характеристика коммуникационных процессов в ПР-деятельности	Коммуникационные процессы как механизмы формирования общественного мнения. Основные модели коммуникации. Межличностная и межгрупповая коммуникация. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи. Массовая коммуникация. Основные особенности, функции массовой коммуникации.
5	Основные направления ПР-деятельности в бизнесе.	Задачи ПР в сфере бизнеса. Триада: проблема, целевая аудитория, ключевое сообщение. Формирование имиджа и репутации фирмы. Отношения с потребителями. Цели отношений с потребителями. Продвижение товаров и услуг. Кризисы и сценарии их развития. ПР: управление кризисом и возможностями. Этапы процесса управления кризисом.
6	Основные направления ПР-деятельности в политике	Коммуникативный базис современных избирательных кампаний. Сущность и особенности коммуникационных процессов в политической сфере. Структура политической коммуникации. Имидж кандидата. Информационные технологии создания имиджа. Технологии агитационно-пропагандистского типа. Политическая реклама и ПР.
Раздел 2 - Организация и основные направления ПР-деятельности		
7	Информационная политика.	Информационное общество. Сущностные характеристики информационного общества. Различные подходы к определению понятия «информационная политика». Информационная политика как синтез понятий «информация» и «политика». Характерные черты политики. Состав государственной информационной политики. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации. Цель и задачи государственной информационной политики. Принципы государственной информационной политики. Субъекты и объекты государственной информационной политики.
8	Направления деятельности органов государственной власти по реализации информационной политики	Государственная и муниципальная службы и взаимодействие с общественностью. Исторические типы связи государственной службы с общественностью. ПР в системе органов государственной и муниципальной власти. Место и роль пресс-служб в структуре государственного и муниципального управления. Формы работы с прессой.
9	Муниципальная информационная политика	Цель, задачи, принципы муниципальной информационной политики. Критерии информационной открытости органов муниципального управления. Организация работы ПР-служб муниципальных образований. Формы и методы работы пресс-служб (информационных служб) государственных учреждений. Особенности работы пресс-секретаря.
Раздел 3 - Технологии ПР-деятельности		

10-11	Организация работы со СМИ.	PR и средства массовой информации. Общие правила отношений со СМИ. Средства взаимодействия. Управление СМИ. Основные направления работы со СМИ. Мониторинг СМИ. Медиа-карта. Материалы для прессы. Подготовка пресс-релиза. Основные жанры журналистики и PR.
12	Методы и приемы управления информацией при формировании общественного мнения	Управление информацией. Создание и усиление новости. Основной и дополнительный вес новости. Приемы манипулирования сознанием в СМИ.
13-14	Технология планирования и проведения PR-кампаний.	Понятие «PR-кампания», признаки PR-кампании, причины проведения PR-кампаний, классификация PR-кампаний, структура плана PR-кампании, этапы проведения PR-кампании: подготовительный этап, этап планирования, реализация и коммуникация, оценка эффективности кампании, направления исследований, концепция, этапы позиционирования, основания позиционирования, уровни позиционирования, целевая аудитория, виды целей PR-кампании, методика формулировки задач, основные PR-стратегии, виды PR-композиций, основные направления PR-деятельности, этапы оценки PR-кампании, основные критерии результативности PR-кампании, показатели оценки результативности PR-кампании.
15-16	Технологии работы с целевыми группами общественности.	Цель, задачи, структура отделов (управлений) по работе с населением и общественными организациями. Проблемы деятельности. Опыт работы с населением и общественными организациями в г.Новокузнецке. Взаимодействие органов местного самоуправления и некоммерческих организаций. Этапы планирования деятельности. Формы практической работы.
17	Технологии организации специальных событий (PR-акций)	Специальные события: композиции, порядок освещения специальных событий. Проведение мероприятий с участием СМИ. Организация специальных акций как способ создания информационных поводов для СМИ. Функции специальных событий.
18	Технология формирования имиджа организации	Основные характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции. Этапы создания и продвижения имиджа. Имиджевые характеристики. Имидж организации: базовые структурные модели. Рекомендации по формированию положительного имиджа организации. Специфика формирования имиджа территориальных образований.

Содержание практических занятий

№	Наименование раздела, тем дисциплины	формы проведения занятий
<i>Раздел 1 – Сущность и содержание PR-деятельности</i>		
1	Связи с общественностью как социальный институт	пресс-конференция
2	Общественное мнение: точки зрения и подходы	Доклады
3	Принципы и планирование работы PR-служб кризисных и конфликтных ситуациях	Деловая игра
<i>Раздел 2 - Организация и основные направления PR-деятельности</i>		
4	Информационная политика	Дискуссия
5	Организация PR-службы	Деловая игра
6	Совместный проект органов муниципального управления и граждан	Деловая игра

7	Организация деятельности приемных и отделов писем (обращений) граждан в органах муниципального управления.	деловая игра
<i>Раздел 3 - Технологии ПР-деятельности</i>		
8	Подготовка и проведение презентации	Деловая игра
9	Примеры планирования ПР-кампаний	Анализ кейсов

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

Самостоятельная работа студентов осуществляется в форме подготовки к семинарским занятиям, написанию докладов, написанию рефератов, подготовки к тестированию, в выполнении индивидуальных письменных заданий в ходе деловых игр.

1. Подготовка к практическим занятиям. Практические занятия ориентированы на изучение конспектов лекций, учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий.

2. Подготовка к тестированию. Тестирование проводится по каждому разделу дисциплины. Подготовка к тестированию предполагает изучение материалов лекций, учебной литературы. Тестирование проводится на бумажных носителях. Комплект тестовых заданий включает 100-150 заданий разной степени сложности. Результаты тестирования оцениваются в баллах.

3. Выполнение индивидуальных заданий в ходе деловых игр. Индивидуальные задания выдаются студентам во время деловых игр. Индивидуальные задания описаны в Методических указаниях преподавателю по проведению деловых игр.

4. Темы докладов указаны в Планах семинарских занятий.

По дисциплине осуществляется текущий, промежуточный контроль на дневном отделении и итоговый контроль в форме экзамена.

Условием допуска к экзамену является посещение и активная работа на семинарских занятиях, выполнение всех индивидуальных заданий на деловых играх, подготовка 1 доклада, письменная работа по анализу кейсов, выполнение тестовых заданий.

В случае непосещения занятий по какой-либо причине студент выполняет 1 задание для самостоятельной работы по данной теме.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции	наименование оценочного средства
1.	Сущность и содержание ПР-деятельности	ПК-5, ПК-10, ПК-14	тест индивидуальное задание
2.	Организация и основные направления ПР-деятельности.	ПК-5, ПК-10, ПК-14	тест индивидуальное задание
3.	Технологии ПР-деятельности	ПК-5, ПК-10, ПК-14	тест индивидуальное задание

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Примерный перечень вопросов к экзамену по темам

Тема 1. Связи с общественностью как сфера деятельности и как научная дисциплина.

1. Предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью.
2. Основные подходы к пониманию сущности деятельности по связям с общественностью.
3. Цель, задачи и основные функции деятельности по связям с общественностью.

4. Связи с общественностью и другие коммуникативные технологии.

Тема 2. Объекты ПР-деятельности: общественность и общественное мнение.

1. Понятие «общественность». Структурирование общественности.

2. Понятие «общественное мнение».

3. Общественное мнение как социальный институт.

4. Общественное мнение как состояние массового сознания.

Тема 3. Механизмы формирования общественного мнения.

1. Психологический механизм формирования общественного мнения.

2. Понятие стереотипа, социальной установки, доминанты Ухтомского.

3. Механизмы коррекции нежелательных доминант.

4. Механизм формирования общественного мнения при помощи слухов.

Тема 4. Характеристика коммуникационных процессов в ПР-деятельности.

1. Коммуникационные механизмы формирования общественного мнения.

2. Понятие коммуникации, характерные особенности массовой коммуникации.

3. Понятие, виды средств массовой коммуникации.

4. Источники формирования общественного мнения.

Тема 5. Основные направления ПР-деятельности в бизнесе.

1. Цель, задачи, направления деятельности ПР-деятельности коммерческих организаций.

2. Взаимоотношения со служащими или внутрикорпоративный менеджмент.

3. Управление репутацией, поддержка маркетинга, лоббирование, отношения с инвесторами.

4. ПР-деятельность в конфликтных ситуациях.

Тема 6. Основные направления ПР-деятельности в политике.

1. Сущность и особенности коммуникационных процессов в политической сфере.

2. Имидж кандидата. Информационные технологии создания имиджа.

3. Технологии агитационно-пропагандистского типа.

4. Структура политической коммуникации.

Тема 7. Информационная политика.

1. Понятие и сущность информационного общества и информационной политики.

2. Концепция государственной информационной политики России.

3. Состав государственной информационной политики. Цель и задачи государственной информационной политики.

4. Принципы государственной информационной политики. Субъекты и объекты государственной информационной политики.

Тема 8. Направления деятельности органов государственной власти по реализации информационной политики.

1. Государственная и муниципальная службы и взаимодействие с общественностью.

2. Место и роль пресс-служб в структуре государственного и муниципального управления.

3. Исторические типы связи государственной службы с общественностью.

4. ПР в системе органов государственной и муниципальной власти.

Тема 9. Муниципальная информационная политика.

1. Цель, задачи, принципы муниципальной информационной политики.

2. Организация работы ПР-служб муниципальных образований.

3. Формы и методы работы пресс-служб (информационных служб) государственных учреждений.

4. Особенности работы пресс-секретаря.

Тема 10. Организация работы со СМИ.

1. ПР и средства массовой информации. Общие правила отношений со СМИ.

2. Виды ПР-материалов, подготавливаемых для СМИ. Основные журналистские жанры.

3. Мониторинг СМИ.

4. Подготовка пресс-релиза.

Тема 11. Методы и приемы управления информацией при формировании общественного мнения.

1. Управление информационными потоками.
2. Создание и усиление новости.
3. Приемы работы с тестовыми материалами.
4. Приемы манипулирования сознанием аудитории.

Тема 12. Технология планирования и проведения ПР-кампаний.

1. Понятие и структура плана ПР-кампании.
2. Подготовительный этап проведения ПР-кампании.
3. Концепция ПР-кампании.
4. Реализация и оценка результативности ПР-кампании.

Тема 13. Технологии работы с целевыми группами общественности.

1. Цель, задачи, структура отделов (управлений) по работе с населением и общественными организациями. Проблемы деятельности.
2. Опыт работы с населением и общественными организациями в г.Новокузнецке.
3. Взаимодействие органов местного самоуправления и некоммерческих организаций.
4. Этапы планирования деятельности, формы практической работы с различными группами общественности.

Тема 14. Технологии организации специальных событий (ПР-акций).

1. Специальные события: композиции, порядок освещения специальных событий.
2. Проведение мероприятий с участием СМИ.
3. Организация специальных акций как способ создания информационных поводов для СМИ.
4. Функции специальных событий.

Тема 15. Технология формирования имиджа государственной и муниципальной службы.

1. Основные характеристики имиджа, базовые структурные модели имиджа.
2. Информационные технологии формирования имиджа государственной власти.
3. Основные характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции. Этапы создания и продвижения имиджа.
4. Специфика формирования имиджа территориальных образований.

Критерии оценивания компетенций (результатов)

- «отлично» - выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач;

- «хорошо» - выставляется студенту, показавшему полные знания учебной программы дисциплины, умение применять их на практике и допустившему в ответе или в решении задач некоторые неточности;

- «удовлетворительно» - выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

- «неудовлетворительно» - выставляется студенту, ответ которого содержит существенные пробелы в знании основного содержания учебной программы дисциплины и не умеющего использовать полученные знания при решении практических задач.

6.2.2. Индивидуальные задания (тематика докладов и эссе)

Задания для самостоятельной работы по теме 1.

1. Подготовить тезисы доклада на тему «Этапы зарождения ПР в США и Европе».
2. Подготовить тезисы доклада на тему «История становления ПР-деятельности в России».
3. Подготовить эссе на тему: «Можно ли назвать социальную рекламу разновидностью ПР?»
4. Подготовить эссе на тему: «Существует ли иерархическая зависимость между рекламой, маркетингом, пропагандой и ПР?»

5. Подготовить эссе на тему «Сущность ПР: общее и различие в подходах».

6. Проанализируйте механизм функционирования ПР-процесса по схеме, предложенной А.Н. Чумиковым, на примере любой конкретной ПР-кампании: объект, посредник, послание, каналы передачи информации, барьеры восприятия, целевая аудитория.

Задания для самостоятельной работы по теме 2.

1. Напишите эссе на тему: «Общественное мнение – иллюзия или реальность?»

2. Подготовьте подборку из газетных публикаций по общественно-политической проблематике (8-10 публикаций). Определите для каждой публикации субъект и объект (ы) общественного мнения.

3. Напишите эссе на тему: «Возможности целенаправленного формирования общественного мнения, от чего они зависят?»

4. Проанализируйте особенности общественного мнения по конкретной проблеме в СМИ на основе 10-15 публикаций. Тема публикаций СМИ выбирается студентом самостоятельно. Подготовьте письменный отчет по итогам анализа публикаций.

Схема анализа общественного мнения в публикациях СМИ по конкретной проблеме

1. Тема публикаций.

2. Временной период.

3. Объект общественного мнения, вид объекта.

4. Субъект (ы) общественного мнения.

5. Критерии выбора объекта общественного мнения.

6. Структура общественного мнения:

- знания, представления;

- эмоции;

- побуждение к действию.

7. Источники возникновения общественного мнения по данной проблеме (обосновать свою точку зрения).

8. Каналы выражения общественного мнения.

9. Функции общественного мнения (обосновать свою точку зрения).

10. Этап функционирования общественного мнения (обосновать свою точку зрения).

Задания для самостоятельной работы по теме 4:

1. Опишите процесс коммуникации в организации между начальником и подчиненными по моделям У.Шрамма и К.Шеннона. Ответьте на вопрос: почему модель У.Шрамма получила наибольшую распространенность?

2. Приведите примеры проявления социальных функций массовой коммуникации в печатных СМИ, в телевизионных передачах (2-3 примера на каждую функцию).

3. Вам необходимо выбрать средство массовой информации для передачи сообщения о неисполнении бюджета города, о проведении дней экологической безопасности. Какие СМИ вы выберете в каждом случае? Почему?

4. Подготовьте доклад на тему: «Теории изучения массовой коммуникации».

Задания для самостоятельной работы по теме 7:

1. Охарактеризуйте опыт работы администраций муниципальных образований в сфере информационной политики. Итоговые результаты анализа структурируйте по выделенным для анализа категориям, например: направления работы Пр-служб, формы работы, названия Пр-служб.

2. Разработайте Положение о Конкурсе социальных проектов.

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

оценка "зачтено" выставляется, при условии полного ответа на 3 вопроса в ходе общего обсуждения.

в) описание шкалы оценивания

зачтено - незачтено

6.2.3. Типовые тестовые задания

1. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?

а) ПР зародились в России в период сталинизма;

б) ПР зародились в США более 100 лет назад;

в) ПР зародились в Японии 200 лет назад.

2. Выберите верный вариант соотношения понятий «экстремальные условия» и ПР:

а) ПР в экстремальных условиях неприменимы;

б) ПР могут дать эффект в экстремальных условиях;

в) ПР применяют только в экстремальных условиях.

3. Каковы социальные функции ПР?

а) ПР гармонизируют отношения в обществе;

б) ПР не имеют социальных функций;

в) ПР — чисто политическое явление.

4. Какое мнение о работе пресс-секретаря вы считаете верным:

а) это такой же журналист, только зарплату получает не в редакции;

б) это журналист, который не способен работать творчески, поэтому идет служить во власть;

в) работа пресс-секретаря требует особой квалификации, не каждый журналист сможет быть пресс-секретарем.

5. Кто автор первого учебника по ПР, переведенного на русский язык?

а) Ф. Котлер;

б) С. Блэк;

в) Э. Бернайс.

6. Какое высказывание о пресс-релизе верное?

а) пресс-релиз направляется во все организации и СМИ,

б) пресс-релиз можно отправлять только в СМИ;

в) пресс-релиз отправляется только почтой.

7. Соотнесите понятия «менеджмент» и «ПР»:

а) это разные, несовместимые понятия;

б) ПР — разновидность менеджмента;

в) это одно и то же.

8. Согласны ли вы, что управление общественными связями представляет собой деятельность по формированию общественного мнения и управлению им?

а) да;

б) нет;

в) необходимо добавить: «по изучению общественного мнения».

9. Выберите верный вариант суждения по поводу презентации:

а) на презентацию могут прийти все желающие;

б) журналисты должны быть приглашены на презентацию обязательно;

в) презентация проводится в основном для важных персон, от которых зависит будущее организации.

10. Пресс-конференция — мероприятие, на которое независимо от темы необходимо пригласить политиков, известных людей. Это повысит авторитет организации. Ваш вариант оценки данного тезиса:

а) нет, это неверно, т. к. пресс-конференция — мероприятие для журналистов. На их вопросы отвечают представители организации, которая проводит пресс-конференцию;

б) да;

в) такое возможно, это решается организаторами.

11. Какое направление не свойственно для ПР деятельности :

а) Работа с широкой общественностью.

б) Работа со СМИ.

в) Отношения с потребителями.

г) Продвижение товаров и услуг.

12. Правовые основы ПР:

а) деятельность ПР не регулируется никакими официальными законодательными актами;

- б) деятельность ПР регулируется Законом РФ «О рекламе»;
- в) деятельность ПР не может регулироваться законодательно в силу ее специфики.

13. *Уровень правового регулирования деятельности ПР:*

- а) есть специальный закон РФ о ПР;
- б) деятельность ПР регулируется законодательно на уровне субъектов Федерации;
- в) деятельность ПР регламентирована рядом законов РФ.

14. *Кто такие «лидеры общественного мнения»?*

- а) «лидеры мнений» всегда занимают ответственные должности;
- б) «группы влияния» и «лидеры мнений» — понятия идентичные;
- в) «лидеры мнений» проявляются только в период обсуждения проблем.

15. *Этические основы ПР в России:*

а) Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области СО, принят в 2001 году;

б) Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области СО, кардинально отличается от международных документов;

в) этические основы по СО невозможно свести к одному документу, слишком многое зависит от конкретной ситуации

16. *Как формируется общественное мнение?*

- а) только стихийно;
- б) общественного мнения фактически не существует, это условная категория;
- в) общественное мнение можно сформировать целенаправленно.

17. *Понятие имиджа организации:*

- а) имидж имеют все организации;
- б) имидж имеют не все организации;
- в) имидж — условная категория, неизмеряемая и неуловимая.

18. *Какому понятию дано определение? «...- это выраженное отношение по какому-нибудь вопросу».*

- а). Мнение.
- б) Общественное мнение.
- в) Интерес.
- г) Потребность.

19. *К какому типу планирования относят ПР- деятельность?*

- А. Стратегическому.
- Б. Тактическому.

20. *Кого Д.Дивайн относит к «внимательной общественности»? Выберите один вариант:*

- А. Народные массы.
- Б. Элита.
- В. Социальные группы.
- Г. Общественные организации.

21. *Внешняя среда организации в деятельности ПР:*

а) вся внешняя среда организации является «своей общественностью», объектом воздействия в ПР;

б) для грамотной организации работы по ПР необходимо во внешней среде выделить определенные сегменты воздействия;

в) все местные СМИ включаются во внешнюю среду организации.

22. *Понятие целевой аудитории в ПР;*

- а) целевые аудитории выделяются на основе технологии для каждой ПР-программы;
- б) целевые аудитории выделяются произвольно, по вкусу специалистов и руководителей;
- в) целевая аудитория может быть только одна.

23. *Цели презентации в ПР:*

- а) проводится для продвижения товара или услуги;
- б) проводится для укрепления репутации фирмы;
- в) проводится с любыми целями, по желанию руководителя.

24. Кого П.Шампань не относит к «политическим акторам», не называет их субъектами общественного мнения?

- А. Представители прессы.
- Б. Политологи и социологи.
- В. Политические партии.
- Г. Общественные организации.
- Д. Религиозные объединения.

25. Этапы планирования ПР-деятельности:

- а) существует строгая система планирования ПР-деятельности, включающая 11 этапов;
- б) обязательными этапами планирования ПР-деятельности являются оценка ситуации и оценка программы;
- в) это сугубо творческий процесс, ничем не регламентированный.

26. Планирование ПР-деятельности:

- а) идентично медиапланированию;
- б) происходит на основе общего планирования работы организации с учетом ее стратегических задач;
- в) это оперативное планирование мероприятий.

27. Эффективность планирования ПР-деятельности:

- а) определяется количеством мероприятий со СМИ;
- б) зависит от грамотной формулировки цели и предполагаемых форм контроля;
- в) трудно измеряема, как и вся деятельность в ПР.

28. Коммуникации в ПР — это:

- а) прежде всего межличностные коммуникации;
- б) публичные коммуникации;
- в) коммуникации через СМИ.

29. От чего зависит эффективность коммуникаций в ПР?

- а) главное — полнота информации;
- б) главное — регулярность информирования;
- в) важно учитывать цель, особенности адресата.

30. Письменные коммуникации в ПР — это:

- а) пресс-релиз;
- б) все текстовые документы ПР-кампании;
- в) только определенные тексты, которые имеют специальное оформление.

31. Устные коммуникации в ПР — это:

- а) коммуникации по ТВ и радио;
- б) комплекс публичных коммуникаций в рамках ПР-программ;
- в) специально подготовленные коммуникации для презентаций или спецмероприятий.

32. Участники презентации:

- а) только журналисты;
- б) только VIP-персоны;
- в) представители целевых аудиторий в зависимости от цели презентации.

33. Что является объектом управления в ПР?

- а) Коммуникации.
- б) Общественное мнение.
- в) СМИ.
- г) Различные социальные группы.

34. Пресс-релиз как вид письменной коммуникации в ПР:

- а) направляется в любые организации;
- б) сообщение для прессы;
- в) может быть подписан журналистом.

35. Каковы функции ПР-специалиста, пресс-секретаря и журналиста:

- а) функции пресс-секретаря и журналиста идентичны;
- б) функции пресс-секретаря и ПР-специалиста идентичны,

в) пресс-секретарь обеспечивает работу организации с журналистами. .

36. Выберите верное высказывание.

А. Общественное мнение — это мнение большинства населения.

Б. Субъект и выразитель общественного мнения — это одно и то же.

В. Общественное мнение - ситуативно, и, с другой стороны, оно - консервативно и устойчиво.

Критерии оценивания компетенций (результатов)

- «отлично» - выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач;

- «хорошо» - выставляется студенту, показавшему полные знания учебной программы дисциплины, умение применять их на практике и допустившему в ответе или в решении задач некоторые неточности;

- «удовлетворительно» - выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

- «неудовлетворительно» - выставляется студенту, ответ которого содержит существенные пробелы в знании основного содержания учебной программы дисциплины и не умеющего использовать полученные знания при решении практических задач.

Описание шкалы оценивания

- отлично - 80-100 баллов;

- хорошо - 60- 79 баллов;

- удовлетворительно - 40 -59 баллов;

- неудовлетворительно - до 40 баллов.

6.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций БРС дисциплины

Контроль знаний и сформированности компетенций студентов осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС). Рейтинговое оценивание успеваемости студентов осуществляется в ходе текущего и рубежного контроля, а также итогового контроля освоения дисциплины за семестр (промежуточная аттестация).

Для освоения дисциплины студенту достаточно набрать минимальное количество баллов - 55 баллов. Максимально возможное число баллов -100. Дополнительная самостоятельная работа – подготовка рефератов позволяет получить 5 баллов.

Распределение баллов по видам работ по дисциплине «Связи с общественностью»

№ п/п	тема	min	max
1	Посещение занятий	15	27
2	Доклад	2	5
3	Тестирование по разделу 1.	2	6
4	Тестирование по разделу 2.	2	6
5	Тестирование по разделу 3.	2	6
6	Анализ кейса.	1	3
7	Индивидуальное задание по деловой игре 3.	1	2
8	Индивидуальное задание по деловой игре 5.	1	2
9	Индивидуальное задание по деловой игре 6.	1	2
10	Индивидуальное задание по деловой игре 7.	1	2
11	Индивидуальное задание по деловой игре 8.	1	2
12	Индивидуальное задание по деловой игре 9.	1	2
13	Реферат (дополн.)	-	5

14	Зачет	25	30
	ИТОГО	55	95+5

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1 Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-91134-464-1 – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=493364>

2 Бриггз, Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с. - (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 0-582-42346-5 (англ.), ISBN 5-238-00960-7 (русск.). – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391910>

б) дополнительная учебная литература:

1 Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью. Практикум. [Текст]: Э. В. Кондратьев. - Пензенский гос. университет. - М.: Академический Проект, 2008. - 192 с. - (Gaudeamus). - Гриф редсовета Пензенского университета "Рекомендовано".

2 Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 (online) – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523515>

3 Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е. Бузни. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 192 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0184-1 – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=210624>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее- сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Журнал "Пресс-служба" <http://www.press-service.ru/about/>

Журнал "Советник" <http://www.sovetnik.ru/>

Справочно-информационное web-издание посвященное связям с общественностью в российском контексте. Материалы и обзоры по проблематике PR <http://pr-info.ru/>

Журнал "ПР в России" <http://www.prjournal.ru/>

Международный пресс-клуб <http://www.pr-club.com/>

Независимый интернет журнал о ПР <http://mediabitch.ru/>

Информационные и аналитические материалы <http://www.duma.gov.ru/>

Управление делами президента Российской Федерации Официальное интернет-представительство <http://www.udprf.ru/press-center>

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

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время

можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к практическим занятиям

При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, что зачитывается как текущая работа студента и оценивается по критериям, представленным в пункте 6.2.2. РПД.

Методические рекомендации по подготовке доклада

При подготовке доклада рекомендуется сделать следующее. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Подготовить сопроводительную слайд-презентацию и/или демонстрационный раздаточный материал по выбранной теме. Рекомендуется провести дома репетицию выступления с целью отработки речевого аппарата и продолжительности выступления (регламент – 7 мин.).

Выполнение индивидуальных типовых задач

В случае пропусков занятий, наличия индивидуального графика обучения и для закрепления практических навыков студентам могут быть выданы типовые индивидуальные задания которые должны быть сданы в установленный преподавателем срок. Выполненные задания оцениваются на оценку.

Подготовка к контрольным мероприятиям

Текущий контроль осуществляется в виде устных, тестовых опросов по теории, коллоквиумов и контрольной работы. При подготовке к опросу студенты должны освоить теоретический материал по блокам тем, выносимых на этот опрос. При подготовке к аудиторной контрольной работе студентам необходимо повторить материал лекционных и практических занятий по отмеченным преподавателям темам. Подготовка к коллоквиуму требует от студента не только повторения пройденного материала на аудиторных занятиях, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Чтение лекций с использованием слайд-презентаций.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

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

Для проведения лекционных занятий необходимы:

1. Мультимедийное оборудование, возможно использование как специально оборудованных аудиторий, так и обычных аудиторий, обеспеченных ноутбуком, проектором и экраном для просмотра презентаций.

2. Комплект слайдов – презентаций по темам курса, подготовленных в программе MicrosoftOfficePowerPoint 2003 – 07.

12. Иные сведения и (или) материалы

12.1. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности реализации программы курса для инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья зависит от состояния их здоровья и конкретных проблем, возникающих в каждом отдельном случае.

- При организации образовательного процесса для слабослышащих студентов от

преподавателя курса требуется особая фиксация на собственной артикуляции. Говорить следует немного громче и четче.

- На занятиях преподавателю требуется уделять повышенное внимание специальным профессиональным терминам, а также к использованию профессиональной лексики. Для лучшего усвоения слабослышащими специальной терминологии необходимо каждый раз писать на доске используемые термины и контролировать их усвоение.

- В процессе обучения рекомендуется использовать разнообразный наглядный материал.

- В процессе работы со слабовидящими студентами педагогическому работнику следует учитывать, для усвоения информации слабовидящим требуется большее количество повторений и тренировок по сравнению с лицами с нормальным зрением.

- Информацию необходимо представлять в том виде, в каком ее мог бы получить слабовидящий обучающийся: крупный шрифт (16-18 пунктов). Следует предоставить возможность слабовидящим использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры во время занятий по курсу. При лекционной форме занятий студенту с плохим зрением следует разрешить пользоваться диктофоном - это его способ конспектировать.

В работе с маломобильными обучающимися предусматривается возможность консультаций посредством электронной почты.

12.2. Занятия, проводимые в интерактивных формах

п/п	Раздел, тема дисциплины	Объем аудиторной работы в интерактивных формах по видам занятий (час.)*			Формы работы**
		Лекц.	Практич	Лабор.	
1	Связи с общественностью как социальный институт		2		Деловая игра
2	Общественное мнение: точки зрения и подходы	2	2		Деловая игра
3	Принципы и планирование работы ПР-служб кризисных и конфликтных ситуациях	2			Деловая игра
4	Организация ПР-службы		2		Деловая игра
5	Совместный проект органов муниципального управления и граждан	2			Деловая игра
6	Организация деятельности приемных и отделов писем (обращений) граждан в органах муниципального управления.	2	2		Деловая игра
	ИТОГО по дисциплине:	16			

Составитель:

Демчук Н.В., канд. социол. наук, доцент
(фамилия, инициалы и должность преподавателя (ей))

Макет рабочей программы дисциплины разработан в соответствии с приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 № 1367, одобрен научно-методическим советом (протокол № 8 от 09.04.2014 г.) и утвержден приказом ректора от 23.04.2014 № 224/10..

Макет обновлён с поправками в части подписей на титульной странице, п.3 добавлена строка для указания часов, проводимых в активной и интерактивной формах обучения, добавлен п. 12.1 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (протокол НМС № 6 от 15.04.2015 г.), утвержден приказом ректора.