

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО
(код и наименование РПД)

Магистр

(уровень образования)

42.04.05 Медиакоммуникации

Профиль «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

заочная

(форма обучения)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артём Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	3
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические материалы по освоению дисциплины.....	11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	15
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	18

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

1.1. Дисциплина Б1.О.04 «Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Способен выявлять особенности разных медиакоммуникационных систем, обусловленные политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	ОПК-4.1	на уровне знаний: знает потребности общества и интересы аудитории средств массовой информации; на уровне умений: умеет анализировать перспективные направления PR-кампаний для целевой аудитории на уровне навыков: владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты.
	ОПК-5.1	на уровне знаний: знает правовые и этические нормы, регулирующие развитие различных медиакоммуникационных систем; на уровне умений: умеет применять знания правовых и этических норм при разработке PR концепций для государственных структур, бизнеса и НКО; на уровне навыков: владеет методами и инструментами поиска и изучения политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих

		развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
--	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических часов (81 астрономический час).

Количество астрономических и соответствующих им академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 18 академических часов (40,5 астрономических часов), из них лекции – 6 академических часов (4,5 астрономических часа), практические занятия – 10 академических часов (7,5 астрономических часа), консультаций – 2 академических часа (1,5 астрономических часа), контроль – 36 академических часов (16,5 астрономических часа), и на самостоятельную работу обучающихся количество астрономических и соответствующих им академических часов составляет – 54 академических часа (40,5 астрономических часа).

Дисциплина Б1.О.04 «Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО» относится к базовой части и в соответствии с учебным планом осваивается в 1 и 2 семестрах на 1 курсе на заочной форме обучения.

3. Содержание и структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				К		СР
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР			
Тема 1	PR как информационно- коммуникацион ная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес- предприятий и НКО	15	1		2			12	П.З.
Тема 2	Государственны й PR как проектная деятельность	15	1		2			12	ДП
Тема 3	PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	13	1		2			10	ДП
Тема 4	Технологии рекламы и PR	13	1		2			10	ДП

	для бизнес-структур и некоммерческих организаций								
Тема 5	Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций	14	2		2			10	ДП
Промежуточная аттестация		36							Экз.
Всего:		108	6		10		2	54	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

ДП – доклады-презентации;

Экз. – экзамен.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО	Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности. PR — научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.
Тема 2	Государственный PR как проектная деятельность	Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний. RACE — глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе. Прикладной подход к организации проектной деятельности. Исследования для PR-проекта. Прикладные основы современной социологии. Репрезентативное социологическое исследование. Экспертные опросы. Фокус-группы, глубинные интервью. Информационный аудит. Коммуникационный аудит. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана. Принципы и структура стратегического планирования. Подготовка проектной

		документации для государственного контракта. Измерение эффективности PR-деятельности. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов
Тема 3	PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий. PR-методы повышения уровня легитимности.
Тема 4	Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций	Спонсорство и благотворительность в сфере бизнеса: особенности, причины, объекты. Фандрайзинг: понятие, основные этапы. Структура спонсорского пакета. Технология Social branding. Технологии фасилитации и медиации в бизнесе: понятие, особенности, этапы процесса. Основные виды и средства рекламы бизнес-структур и общественных организаций.
Тема 5	Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций	Имидж: основные подходы к определению понятия, особенности и признаки имиджа. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации. Типология имиджа организации. Формирование и продвижение имиджа организации средствами PR. Управление кризисными ситуациями. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях. Способы предотвращения экстремальных ситуаций. Технология «спиндокторинг»: понятие, структура, особенности применения в кризисной ситуации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Дисциплина Б1.О.04 «Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО	Доклады-презентации
Государственный PR как проектная деятельность	Доклады-презентации
PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	Доклады-презентации
Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций	Доклады-презентации

Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций	Доклады-презентации
--	---------------------

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): устный опрос.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1 «PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности.
2. PR — научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия.
3. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.
4. Бизнес PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.
5. PR некоммерческих организаций в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.

Типовые оценочные материалы по теме 2 «Государственный PR как проектная деятельность»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний.
2. RACE — глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе.
3. Прикладной подход к организации проектной деятельности.
4. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана.
5. Принципы и структура стратегического планирования.
6. Подготовка проектной документации для государственного контракта.
7. Измерение эффективности PR-деятельности. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры.
8. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов

Типовые оценочные материалы по теме 3 «PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности.
2. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий.
3. PR-методы повышения уровня легитимности.

Типовые оценочные материалы по теме 4 «Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Спонсорство и благотворительность в сфере бизнеса: особенности, причины, объекты.
2. Фандрайзинг: понятие, основные этапы.
3. Структура спонсорского пакета.

4. Технология Social branding.
5. Технологии фасилитации и медиации в бизнесе: понятие, особенности, этапы процесса.
6. Основные виды и средства рекламы бизнес-структур и общественных организаций.

Типовые оценочные материалы по теме 5 «Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Имидж: основные подходы к определению понятия, особенности и признаки имиджа.
2. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации.
3. Типология имиджа организации. Формирование и продвижение имиджа организации средствами PR.
4. Управление кризисными ситуациями: теория и практика.
5. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
6. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.
7. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях.
8. Способы предотвращения экстремальных ситуаций.
9. Технология «спиндокторинг»: понятие, структура, особенности применения в кризисной ситуации.

4.3. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Способен выявлять особенности разных медиакоммуникационных систем, обусловленные политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-4.1	Способен анализировать запросы аудиторий и практики медиапотребления в госструктурах, бизнесе и НКО	Знает интерпретацию данных исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, интерпретацию данных медиапотребления, а также современные PR-технологии.
ОПК-5.1	Способен выявлять особенности разных медиакоммуникационных систем, обусловленные политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Владеет методами и инструментами поиска особенностей разных медиакоммуникационных систем, обусловленных политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.

4.3.1. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы для промежуточной аттестации (экзамена)

1. Понятия «технология», «социальная технология», «социально-коммуникативная технология», «рекламная технология», «PR-технология». Объект рекламной и PR-технологии.
2. Способы формирования и виды технологий в рекламе и связях с общественностью.
3. Основные этапы разработки технологии.
4. Характерные признаки рекламной/ PR-технологии.
5. Рекламная/ PR-технология как система.
6. Сущность и функции государственных PR. Government relations (GR) в структуре государственных PR.
7. Понятие, функции и основные методы лоббирования.
8. Построение политических технологий. Целевые аудитории PR в политической коммуникации.
9. PR-технологии в избирательной кампании.
10. Политическая реклама как форма коммуникации.
11. Спонсорство и благотворительность в сфере бизнеса: сущность, особенности, причины, объекты.
12. Фандрайзинг: понятие, основные этапы.
13. Основные виды и средства рекламы бизнес-структур и общественных организаций.
14. Имидж: основные подходы к определению понятия, особенности и признаки имиджа.
15. Формирование и продвижение имиджа организации средствами PR.
16. Управление кризисными ситуациями как PR-технология.
17. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций.
18. Технологии рекламы и PR в сети Интернет
19. PR и реклама в социальных сетях.
20. Приведите примеры применения каждого вида рекламных / PR-технологий.
21. На примере выбранной PR-технологии проанализируйте основные этапы ее разработки.
22. Проведите сравнительный анализ использования рекламных / PR-технологий в выбранных сферах деятельности (не менее трех сфер), выделите критерии сравнения.

23. Сформулируйте цель применения PR-технологии для выбранного учреждения сферы государственного управления, перечислите целевые аудитории (объекты воздействия технологии) и способы воздействия на них.

24. Проанализируйте и сравните рекламные и PR-технологии, используемые в агитационный период и период между выборами.

25. Проведите сравнительный анализ спонсоринга и фандрайзинга как PR-технологий привлечения инвестиций. Выделите критерии сравнения, результаты занесите в сводную таблицу.

26. На примере учреждения любой сферы деятельности проанализируйте его имиджевые характеристики и на их основе сформулируйте не менее трех кратких ключевых сообщений для целевых аудиторий.

27. Смоделируйте кризисную ситуацию, определите тип и стадию кризиса. Предложите способы выхода из данной ситуации с использованием PR-технологий.

28. Приведите примеры использования пяти основных типов технологии «спиндокторинг». 29. Для организаций выбранных сфер деятельности (не менее трех сфер) перечислите и проанализируйте способы интернет-коммуникации с целевыми аудиториями.

30. Разработайте модель применения рекламной/ PR-технологии для учреждения сферы государственной власти и управления.

31. Разработайте модель применения рекламной/ PR-технологии для политической организации.

32. Разработайте модель применения рекламной/ PR-технологии для организации финансовой сферы.

33. Разработайте модель применения рекламной/ PR-технологии для организации социокультурной сферы.

34. Разработайте модель применения рекламной/ PR-технологии для некоммерческой организации.

35. Для коммерческой организации разработайте план применения технологии Social branding.

36. Составьте перечень мероприятий и действий, направленных на формирование имиджа организации в заданной ситуации.

37. Разработайте план работы с целевыми аудиториями в заданной кризисной ситуации с использованием PR-технологий.

38. Разработайте план работы со СМИ в заданной кризисной ситуации с использованием PR-технологий.

Шкала оценивания

Описание шкалы	Оценка (по 5-балльной шкале)
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач	отлично
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций,	хорошо

предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач	удовлетворительно
Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме	неудовлетворительно

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Критерии оценки докладов-презентаций

Баллы: 0 - позиция отсутствует 1 – слабо 2 – хорошо 3 - отлично	Итоговая оценка
Требования	
Структура и содержание (до 12 баллов)	
логичность структуры доклада	
оформлены ссылки на все использованные источники	
презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы)	
содержит ценную, полную, понятную информацию по теме доклада	
Текст на слайдах (до 6 баллов)	
текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений	
наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.	
Наглядность (до 9 баллов)	
иллюстрации помогают наиболее полно раскрыть тему, не отвлекают от содержания	
иллюстрации хорошего качества, с четким изображением	
используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	
Дизайн и настройка (до 9 баллов)	

оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания	
для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	
презентация не перегружена эффектами	
Требования к выступлению (до 9 баллов)	
выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи	
выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории	
выступающий обращается к аудитории, поддерживает контакт с ней	
Общее количество баллов	
Оценка	

5.1. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

Формой самостоятельной работы может быть и подготовка доклада по теме, определяемой преподавателем или инициативно предлагаемой обучающимся и согласуемой с преподавателем. Подготовка доклада в принципе ведется подобно тому, как ведется изучение темы для работы на практическом занятии, только тема доклада всегда значительно уже темы занятия, здесь разрабатывается лишь часть выносимой на занятие проблематики, но зато рассмотрение этой части должно быть более глубоким. Поэтому нужно опираться на более широкий круг литературных источников, специально посвященных соответствующей теме.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, осуществлять прогноз относительно возможного направления анализа экономических процессов, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.

2. Установление главных вопросов темы.
 3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
 4. Упражнения, решение задач.
 5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
 6. Приобретенные умения и навыки.
 7. Составление вопросов по содержанию лекции.
- Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:
1. Текущее собеседование и контроль.
 2. Консультации.
 3. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.
 4. Перекрестное рецензирование.
 5. Подведение итогов и т. д.
- Этапы и приемы СР:
1. Подбор рекомендуемой литературы.
 2. Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.
 3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.
 4. Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.
- Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:
1. Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.
 2. Дидактический раздаточный материал.
 3. обзорный конспект лекций, вопросы лекции.
 4. сборник задач, тесты (контрольные задания) и др.

5.2. Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся

При самостоятельной работе обучающемуся необходимо ознакомиться с темой и списком вопросов по теме. Повторить лекционный материал по теме, отметить «проблемные» точки. Определить необходимую литературу из рекомендованной к курсу, так же, можно воспользоваться интернет – ресурсами и справочно-информационными системами. Сформировать тезисный список ответов на вопросы, со своими замечаниями и комментариями. обучающийся должен быть готов ответить на поставленные вопросы, аргументировать свой вариант ответа, ответить на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя. При самостоятельной работе по подготовке к выполнению практического задания обучающемуся необходимо ознакомиться с темой, изучить инструменты, которые предлагаются для анализа данных

5.3. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. В занятии участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию распределяется на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объеме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала

следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному занятию или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к занятию.

Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы.

Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к занятию следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение. Тщательная подготовка к практическим занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: занятие пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению.

Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, и др.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на занятии, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение занятия следует делать небольшие пометки.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.1. Основная литература

1. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 295 с. — ISBN 978-5-394-03150-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85403.html> (дата обращения: 18.10.2021).

2. Скрипникова, Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 53 с. — ISBN 978-5-89040-561-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/59126.html> (дата обращения: 18.10.2021).

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453912> (дата обращения: 18.10.2021).

6.2. Дополнительная литература

1. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. — Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. — 130 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>.

2. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. — Москва : Юнити, 2015. — 495 с. : табл., ил., схемы — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>.

3. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие : [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 591 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>.

4. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453642>.

5. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468088>.

6. Ушанов, П. В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 75 с. — ISBN 978-5-4486-0002-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/65718.html>.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html>.

2. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/61081.html>.

6.4. Нормативные правовые документы

Использование не предполагается.

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://alt.ranepa.ru/> официальный сайт Алтайского филиала РАНХиГС.

6.6. Электронные библиотечные системы

1. <http://www.iprbookshop.ru/> Электронно-библиотечная система IPRbooks.

6.7. Справочно-информационные системы

1. <http://pravo.ru/> Право.

2. <http://www.kodeks.ru/> Кодекс.

3. <http://www.consultant.ru/> Консультант Плюс.

4. <https://focus.kontur.ru/> Контур фокус (использует данные из Росстата, ЕГРЮЛ и ЕГРИП, предлагает картотеку арбитражных дел, реестр госконтрактов и Статрегистр.).

5. <http://www.integrum.ru/> объединяет в себе не только справочно-информационную систему по компаниям, но и большой архив СМИ.

6. www.gramma.ru – электронные материалы по русскому языку и культуре письменной речи (правописание, лексические и грамматические нормы, составление научных текстов и документов), бесплатная справочная служба русского языка.

7. www.gramota.ru - электронные материалы по русскому языку и культуре речи, риторике, бесплатная справочная служба русского языка.

8. <http://www.ruslang.ru> – сайт Института русского языка им. В.В.Виноградова РАН.
9. www.elitarium.ru – статьи специалистов в области межличностного и делового общения.
10. www.korunb.nlr.ru – корпорация универсальных научных библиотек (подбор электронных ресурсов и литературы по запросу пользователя), – российская национальная библиотека.
11. www.lib.pu.ru – библиотека СПбГУ.

6.8. Иные источники

1. Васильева, М. М. Связи с общественностью в органах власти [Текст] : учебник / Васильева М.М. - М. : Юрайт, 2016. - 495 с.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] : монография / Чумиков А.Н., Бочаров М.П. - М. : Дело РАНХиГС, 2014. - 520 с.
3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Текст] : монография / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С. А. - М. : Дело РАНХиГС, 2016. - 520 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.О.04 «Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.