

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

**СПЕЦСЕМИНАР (ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И PR)**  
**учебно-методические материалы для направления подготовки**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
филологического факультета  
Амурского государственного  
университета*

Составитель: Куроедова М.А.

Спецсеминар (технологии в рекламе и PR): учебно-методические материалы для направления подготовки 42.03.01 . – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017.

© Амурский государственный университет, 2017  
© Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики, 2017  
© Куроедова М.А., составление

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

### **ТЕМА: Роль и значение технологий связей с общественностью**

#### **Вопросы для конспекта:**

Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью.

Понятие «технология». Формирование технологий связей с общественностью.

Способы формирования технологий в системе связей с общественностью.

### **ТЕМА: Формирование технологий связей с общественностью**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Технологии формирования ПР.

2. Общественное мнение. Технологии его формирования

3. Виды ПР-инструментов. Отличие понятий «инструмент» от «технология»

#### **Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Сущность, отличительные особенности и формирование технологий связей с общественностью.

Мероприятия и события, используемые для воздействия на общественное мнение.

Рассмотрение и анализ видов ПР-инструментов и технологий, их особенностей и значения.

### **ТЕМА: ПР – технологии создания корпоративного имиджа**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Понятие имидж, корпоративный имидж

2. Понятие корпорация

3. Инструменты ПР для формирования имиджа корпорации.

#### **Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Руководство компании различных уровней; основной персонал корпорации: «старожилы», «новички»; акционеры; лидеры малых групп (неформальные лидеры), лидеры профсоюзов; представители внутренних СМИ; семьи работников; представители государственных институтов.

Собирательный положительный образ российской корпорации, его черты.

Задачи ПР – кампании.

Разработка ПР – обращений. Стратегия ПР – обращений, темы обращения. Факторы ПР – обращений.

Результаты обращений. Факторы выбора распространения ПР – обращения. Тактика средств распространения ПР – обращения. Выбор конкретных СМИ.

#### **Задание:**

1. Разработать и провести анкетирование с целью выявления общественного мнения к компании (компания на выбор студента)

2. Разработать бланк анкеты и провести анкетирование с целью определения признаков целевой аудитории компании (компания на выбор студента)

3. Разработать ПР-обращение, опираясь на вопросы – показатели оценки ответа

### **ТЕМА: Политические пиар – технологии**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Понятие политического маркетинга: основные категории

2. История формирования политического маркетинга в России

3. Технологии политического пиара (белый, черный, розовый и др. пиара)

4. Особенности работы во время предвыборной кампании со СМИ

#### **Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России.

Связи с общественностью в политической сфере общества

Политический PR: определения и основные категории

Охарактеризуйте структуру политического PR

Имидж политика

Политический PR в российской политике ( 90е годы XX века - начало XXI века)

Особенности политического PR в российской политике

Черный и белый PR (технологии)

PR и избирательные кампании

СМИ как канал выражения политического PR  
СМИ как инструмент политической PR- деятельности  
Принципы работы со СМИ  
Политические партии и СМИ

### **ТЕМА: PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Характеристика избирательных технологий
2. Использование инструментов PR в избирательных кампаниях

#### **Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Этапы развития PR – технологий

Избирательные PR – технологии

Манипуляция.

Специфика Интернета как PR – инструмента в PR- кампаниях.

Теория рационального выбора как методологический подход к анализу политических явлений

Понятие и виды прогнозирования

### **ТЕМА: Целевые аудитории PR- коммуникации**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Целевая аудитория: понятие, структура, специфика, критерии
2. Технологии взаимодействия с целевой аудиторией

#### **Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Определение термина целевая аудитория.

Специфика целевой аудитории.

Критерии определения целевой аудитории.

Особенности взаимодействия с целевой аудиторией.

### **ТЕМА: Бизнес PR – технологии**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Коммерческая организация: задачи, цели
2. Стратегия развития коммерческой деятельности
3. Технологии пиар, используемые коммерческой сферой.

#### **Вопросы собеседования:**

PR как средство деловой коммуникации.

Цели коммерческой организации.

Уровни межличностных контактов. Проблемы общения коммерческой деятельности. Деловые контакты. Стратегия развития коммерческой деятельности.

Правила межличностного общения работников коммерческой сферы.

Фирменные PR – акции: конференции; «круглые столы», дни открытых дверей; презентации, выставки, приемы.

### **ТЕМА: PR – технологии в туризме**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Туристический бизнес. Уровни пиар-технологий для туристического бизнеса.
2. Характеристика пиар-технологий, используемых туристической компанией.

#### **Вопросы собеседования:**

Уровни пиар – технологий: международный, национальный, внутриотраслевой (туристический бизнес).

Пиар – проекты («Туризм обогащает»). Антикризисный пиар. Пресс – тур как инструмент пиара.

Проведение специализированных региональных медиа – форумов («Туризм коммуникации»).

Международные выставки как средство пиар.

Создание отделов туризма, проведение рекламно – информационных кампаний.

Электронная газета, сайт, ТВ – программа, ТВ – канал как средство пиар.

Событийный туризм как PR – феномен.

### **ТЕМА: Социальные PR – технологии**

#### **Вопросы для конспекта:**

1. Характеристика пиар-технологий, используемых социальной сферой.
2. Характеристика пиар-технологий сферы культуры.

**Вопросы собеседования:**

Понятие и особенности социальных ПР – технологий.

Специфика благотворительности.

Организация и проведение культурно – массовых организаций.

Долгосрочные социальные программы.

Социальный ПР в сфере культуры.

**ТЕМА: Информационные ПР – технологии**

**Вопросы для конспекта:**

1. Характеристика ПР-технологий в информационном рынке.
2. Пресс-релиз, пресс-тур: определение, структура, требования.

**Вопросы собеседования:**

Особенности ПР – технологий на информационном рынке.

Задачи работника ПР – сферы. Средства взаимовыгодных отношений со СМИ.

Классы в структуре российского общества и их читательские предпочтения.

Пресс – релиз как средство пиар.

Пресс – события: пресс – конференция; пресс – прием; пресс – визит.

**ТЕМА: Способы формирования технологий в системе связей с общественностью**

**Вопросы для конспекта:**

1. Характеристика политического пиар в России.
2. Технологии пиар и рекламы в системе политического маркетинга.
3. Комплекс коммуникаций политического маркетинга.
4. Правовое регулирование ПР-деятельности
5. Целевые аудитории ПР в политической коммуникации

**Становление коммуникаций политического маркетинга**

**Вопросы для обсуждения-собеседования:**

Развитие политического PR в кампаниях 1989-1995 гг

Развитие политического PR в кампаниях 1996-1999 гг

Развитие политического PR в кампаниях 2000-2008 гг

ПР и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.

Основные понятия и категории политического маркетинга.

Институциональная и правовая база управления общественными связями в сфере политики.

Институциональная структура публичных отношений.

Политические партии и объединения как субъект ПР-деятельности в политических кампаниях.

Электорат как аудитория публичных отношений в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор.

Представители СМИ как аудитория публичных отношений в политической коммуникации.

Планирование политических кампаний.

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации.

Определение целей кампании и выявление контактных групп.

Планирование избирательной кампании и оценка результатов.

**ТЕМА: Пиар – технологии создания имиджа партии**

**Вопросы для конспекта:**

1. Имиджевые стратегии: Дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа партии
2. Имиджевые стратегии: Дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа партии.
3. Планирование политических кампаний.

**Вопросы собеседования:**

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.

Стратегии снижения имиджа партии.

Стратегии по восстановлению имиджа.

Медиастратегии в политической кампании партии.

Современные избирательные технологии связей с общественностью.

Политическая манипуляция. Политические стереотипы и мифы в ПР – технологиях.

Специфика Интернета как ПР – инструмента в политических кампаниях.

Планирование политических кампаний:

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов

**ТЕМА: Пиар-технологии создания имиджа политического лидера**

**Вопросы для конспекта:**

1. Этапы развития политических ПР – технологий.
2. Целевые аудитории ПР в политической коммуникации
3. Факторы, формирующие политический выбор.

**Вопросы собеседования:**

Выборы в народные депутаты СССР 1989 года; предвыборная кампания 1990 года (митинги, собрания, листовочная война); выборы в Федеральное собрание в 1993 г. (имидж кандидатов); выборы в Госдуму РФ 2003 г. и президентские 2004 г.

Политические партии и объединения как субъект ПР – деятельности в политических кампаниях.

Электорат как аудитория паблик рилейшнз в политических кампаниях.

Представители СМИ как аудитория паблик рилейшнз в политической коммуникации.

Прямая политическая реклама.

Политические плакаты и афиши.

Политическая листовка как жанр прямой политической рекламы

**ТЕМА: Пиар – деятельность в коммерческих организациях**

**Вопросы для конспекта:**

1. Цели коммерческой организации.
2. Проблемы общения коммерческой деятельности.
3. Стратегия развития коммерческой деятельности.

**Вопросы собеседования:**

Уровни межличностных контактов.

Деловые контакты.

Правила межличностного общения работников коммерческой сферы.

Фирменные ПР – акции: конференции; «круглые столы», дни открытых дверей; презентации, выставки, приемы.

**ТЕМА: Пиар-технологии продвижения НКО**

**Вопросы для конспекта:**

1. Цели НКО.
2. Стратегия развития НКО.
3. Фирменные ПР – акции

**Вопросы собеседования:**

Проблемы общения НКО.

Правила межличностного общения работников НКО.

Фирменные ПР – акции: конференции; «круглые столы», дни открытых дверей; презентации, выставки, приемы.

**ТЕМА: Использование прессы для достижения целей ПР при продвижении компании**

**Вопросы для конспекта:**

Пресс – события: пресс – конференция; пресс – прием; пресс – визит.

Информационный повод.

Основные этапы управления информацией. Приемы придания веса новостям. Информационные пресс – пакеты.

Пиар в сети.

Взаимодействие с целевыми аудиториями. Представление компании через Интернет.

Работа на форумах, блогах, дискуссионных листах и рассылках.

Организация и проведение «онлайн-мероприятий».

**ТЕМА: Использование прессы для достижения целей ПР при продвижении компании – НКО**

**Вопросы для конспекта:**

1. Пресс – события: пресс – конференция; пресс – прием; пресс – визит.
2. Информационный повод.

## **МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

### **Вопросы к зачету**

#### **Вопросы к зачету (семестр 4)**

1. Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью.
2. Понятие «технология». Пиар-технологии.
3. Формирование технологий связей с общественностью.
4. Способы формирования технологий в системе связей с общественностью.
5. Разработка соответствующих ПР и рекламных кампаний.
6. Целевая аудитория.
7. Задачи ПР – кампании.
8. Разработка ПР – обращений.
9. Избирательные ПР – технологии.
10. Манипуляция.
11. Специфика Интернета как ПР – инструмента в ПР- кампаниях.
12. Теория рационального выбора как методологический подход к анализу политических явлений.
13. Понятие и виды прогнозирования.

#### **Вопросы к зачету (семестр 5)**

1. Назовите уровни ПР – технологий в туризме.
2. Пресс – тур как инструмент ПР в туризме.
3. Перечислите правила проведения специальных региональных медиа – форумов.
4. Международные выставки как инструмент ПР в туризме.
5. Событийный туризм как ПР – феномен.
6. Антикризисные ПР – технологии в туристическом бизнесе.
7. Благотворительность как технология ПР.
8. В каких целях ПР – службы используют социальную рекламу?
9. Какие факторы следует учитывать, принимая решение об участии в спонсировании (спонсоринг)?
10. В чем заключается специфика управления связями с общественностью в социальных акциях?
11. Раскройте содержание основных этапов управления информацией.
12. Перечислите приемы придания веса новостям.
13. Раскройте содержание основных этапов подготовки и проведения пресс – конференции.
14. Какие элементы могут входить в информационный пресс – пакет?

#### **Вопросы к зачету (семестр 6)**

1. Технологии ПР – сопровождения социальных проектов.
2. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России.
3. Пиар – технологии создания имиджа политического лидера.
4. Пиар – технологии создания имиджа партии.
5. Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации.
6. Определение целей кампании и выявление контактных групп.
7. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.
8. Имиджевые стратегии: Дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа партии.
9. Стратегии снижения имиджа партии.
10. Стратегии по восстановлению имиджа.

## 11. Медиастратегии в политической кампании партии.

### **Вопросы к зачету с оценкой (семестр 7)**

1. Цели коммерческой организации.
2. Уровни межличностных контактов.
3. Проблемы общения коммерческой деятельности.
4. Стратегия развития коммерческой деятельности.
5. Правила межличностного общения работников коммерческой сферы.
6. Фирменные ПР – акции: конференции; «круглые столы», дни открытых дверей; презентации, выставки, приемы.
7. Цели НКО.
8. Проблемы общения НКО.
9. Стратегия развития НКО.
10. Правила межличностного общения работников НКО.
11. Фирменные ПР – акции: конференции; «круглые столы», дни открытых дверей; презентации, выставки, приемы.
12. Пресс – события: пресс – конференция; пресс – прием; пресс – визит.
13. Информационный повод.
14. Основные этапы управления информацией. Приемы придания веса новостям.
15. Информационные пресс – пакеты.
16. Пиар в сети.
17. Взаимодействие с целевыми аудиториями. Представление компании через Интернет.
18. Работа на форумах, блогах, дискуссионных листах и рассылках.
19. Организация и проведение «онлайн-овых» ПР – мероприятий.

### **Примерная тематика курсовых работ (семестр 4)**

- «Информационный повод» - основной инструмент PR – деятельности.
- Имидж руководителя государственного учреждения и негосударственных структур.
- Использование технологий PR в продвижении политической партии.
- Критика как инструмент пиар.
- Имидж организации.
- Интертекстуальность в политическом дискурсе как прием манипуляции.
- Пиар – технологии в формировании имиджа организации.
- PR – деятельность организации.
- PR – технологии в формировании корпорации.
- Спичрайтинг как технология управления имиджем.
- Технологии ПР в брендинге
- Нейминг
- Создание архитектуры бренда.
- Роль медиарилейшнз в брендинге
- Франчайзинг как технология брендинга

### **Примерная тематика курсовых работ (семестр 6)**

- Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы.
- ПР – сопровождение социальных проектов: практические советы.
- Организация управления ПР – проектом.
- Формирование имиджа компании средствами пиар.
- Формирование имиджа руководителя государственного учреждения средствами пиар.
- Формирование имиджа политического лидера (на примере лидера коммунистической партии).
- ПР воздействие как процесс актуализации создания и реализации ценностей у потребителя: психологический аспект.
- Тактики прямого воздействия в политическом дискурсе.
- Антикризисный пиар как средство поддержания имиджа компании.

Бэкграундер как основа имиджа компании (стилистический аспект).

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Практическое занятие – форма организации педагогического процесса, направленная на углубление теоретических знаний и получение навыков практической деятельности.

Перечень тем практических занятий определяется рабочей программой дисциплины и фондом оценочных средств.

Подготовка к практическим занятиям способствует формированию навыков самостоятельной работы, готовит студентов к практической деятельности.

В ходе практических занятий могут использоваться различные формы обучения, собеседование и др.

Основными формами контроля знаний на практических занятиях являются: краткий опрос по теоретическим аспектам темы, выполнение предложенных заданий.

Для подготовки к практическим занятиям студентам предлагается перечень теоретических вопросов. После ознакомления с планом студент должен изучить соответствующие разделы учебной литературы, предложенные для освоения. Для лучшего запоминания и систематизации знаний рекомендуется составить опорный конспект ответа либо законспектировать соответствующие главы учебников и учебно-методических пособий. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, моторную память, а также способствует формированию навыка аналитической работы с материалом.

В ходе практического занятия студент может опираться на свои конспекты, но при этом должен продемонстрировать свободное владение материалом, его понимание. Он должен быть готов к ответу на поставленные вопросы, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Практические задания должны быть выполнены, выводы обоснованы.

#### Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами. Также учитывается активность студента при опросе.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в приведении примеров.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, отвечает неуверенно, с большими затруднениями, не подкрепляет теорию практическими примерами.

#### Ликвидация академической задолженности

При возникновении академической задолженности студенту следует составить развернутый конспект по вопросам практического занятия, письменно выполнить задания, а в устной беседе с преподавателем продемонстрировать знание теоретических аспектов и практические навыки.

#### **Критерии оценивания при отработке пропуски практического занятия:**

- качественно выполненный развернутый конспект с использованием всех указанных преподавателем источников;
- правильно выполненное практическое задание;
- свободное владение материалом при опросе, знание терминологии;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

### **Методические рекомендации по подготовке конспекта к занятию**

Конспект — универсальная форма записи. Он объединяет все или две любые из этих форм. Главное требование к конспекту — запись должна быть систематической, логически связанной.

Плановый конспект составляется с помощью предварительного плана литературного источника. Каждому вопросу плана в такой записи соответствует определенная часть конспекта. Если какой-то пункт плана не требует дополнений и разъяснений, его не следует сопровождать текстом. Это одна из особенностей короткого плана-конспекта, помогающего лучше усвоить материал уже в процессе его изучения.

Составление такого конспекта приучает последовательно и четко излагать свои мысли, работать над источником, обобщая его содержание в формулировках плана. Краткий, простой, ясный по своей форме план-конспект — незаменимое подспорье при необходимости быстро подготовить выступление на практическом занятии.

Когда конспект создается на основе плана, то надо иметь в виду, что характерную для плана определенную схематичность, неполноту предстоит исправить в новой записи. Именно это — одна из основных задач написания такого конспекта. Здесь есть возможность внести в запись недоступные для плана подробности, обстоятельно раскрыть его пункты.

Самый простой плановый конспект составляется в виде ответов на пункты плана, сформулированные в вопросительной форме. В процессе подготовки, а иногда и при последующей переработке плановый конспект может отразить логическую структуру и взаимосвязь отдельных положений.

#### **Критерии оценки конспекта:**

№	Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
1	содержательность конспекта, соответствие плану	3
2	отражение основных положений, результатов работы автора, выводов	5
3	ясность, лаконичность изложения мыслей студента	3
4	наличие схем, графическое выделение особо значимой информации	1
5	грамотность изложения	1
6	конспект сдан в срок	1
7	соответствие оформления требованиям	1

Максимальное количество баллов: 15

14-15 баллов соответствует оценке «отлично»

11-13 баллов – «хорошо»

8-10 баллов – «удовлетворительно»

менее 8 баллов – «неудовлетворительно»

### **Методические рекомендации по подготовке студента к собеседованию**

Подготовка к собеседованию проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к собеседованию по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя по вопросам собеседования к каждой теме практического занятия. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

**Показатели и критерии оценки собеседования:**

№	Показатели для оценки устных ответов	Критерии оценки показателя	Шкалы оценок
1	Знание материала	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренным программой и учебником;</li> <li>- не полно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала;</li> <li>- не полно раскрыто содержание материала, недостаточно показано общее понимание вопроса, но дальнейшее изучения программного материала возможно;</li> <li>- не раскрыто основное содержание учебного материала</li> </ul>	<p>«отлично»</p> <p>«хорошо»</p> <p>«удовлетворительно» «неудовлетворительно»</p>
2	Последовательность изложения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано;</li> <li>- последовательность изложения материала недостаточно продумана;</li> <li>- последовательность изложения материала недостаточно продумана, есть логические недочеты;</li> <li>- путаница в изложении материала</li> </ul>	<p>«отлично»</p> <p>«хорошо»</p> <p>«удовлетворительно»</p> <p>«неудовлетворительно»</p>
3	Владение речью и терминологией	<ul style="list-style-type: none"> <li>- материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии;</li> <li>- в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии;</li> <li>- в изложении материала имелись значительные затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии;</li> </ul>	<p>«отлично»</p> <p>«хорошо»</p> <p>«удовлетворительно»</p> <p>«неудовлетворительно»</p>

		- допущены ошибки в определении понятий	
4	Применение конкретных примеров	- показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; -приведение примеров вызывает затруднение; -приведение примеров вызывает значительные затруднение; -неумение приводить примеры при объяснении материала	«отлично»  «хорошо» «удовлетворительно» «неудовлетворительно»
5	Знание ранее изученного материала	- продемонстрировано усвоение ранее изученного материала; - допускает незначительные неточности при воспроизведении ранее изученного материала - с трудом вспоминает ранее изученный материал;  - незнание ранее изученного материала	«отлично»  «хорошо»  «удовлетворительно» «неудовлетворительно»
6	Уровень теоретического анализа	- показано умение делать обобщение, выводы, сравнение; - обобщение, выводы, сравнение делаются с незначительной помощью преподавателя; - обобщение, выводы, сравнение делаются с помощью преподавателя; - полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения	«отлично»  «хорошо»  «удовлетворительно» «неудовлетворительно»
7	Степень самостоятельности	- содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих вопросов; - содержание материала излагалось с единичными наводящими вопросами; - содержание материала излагалось с помощью наводящих вопросов и подсказок; - содержание материала излагалось с многочисленными подсказками, показавшими незнание или непонимание большей части учебного материала	«отлично»  «хорошо»  «удовлетворительно» «неудовлетворительно»
8	Степень активности в процессе	- принимает активное участие в изложении или в обсуждении изучаемого материала; - принимает достаточно активное участие в изложении или в обсуждении изучаемого материала; - малоактивное, эпизодическое участие в изложении или обсуждении изучаемого материала;	«отлично»  «хорошо»  «удовлетворительно» «неудовлетворительно»

		- принимает роль пассивного слушателя	
9	Выполнение регламента	- материал изложен в строго определенные рамки, ответы лаконичны; - материал изложен в определенные рамки с небольшим нарушением регламента, ответы лаконичны; - изложение материала растянуто;  - регламент выступления не соблюден	«отлично»  «хорошо»  «удовлетворительно»  «неудовлетворительно»

### Методические рекомендации по подготовке ПР-материалов

Выполнение практических заданий по подготовке ПР-материалов нацелено на формирование у студента соответствующих практических профессиональных умений. Решение предлагаемых заданий является средством контроля приобретенных в течение семестра при самостоятельной работе знаний и навыков студентов, а также необходимо для самооценки студентами их подготовленности по теме. По теме необходимо выполнить все задания (и предъявить для проверки) все предлагаемые примеры. Подготовка пиар-материалов должно наглядно демонстрировать, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

#### Показатели и критерии оценки:

№	Критерии оценивания	Максимальное количество баллов
1	Стратегия ПР-обращения	3
2	Тема обращения	5
3	Фактор ПР-обращения	3
4	Фактор выбора распространения ПР-обращения	2
5	Тактика средств распространения ПР-обращения	1
6	Результат ПР-обращения	1

Максимальное количество баллов: 15

14-15 баллов соответствует оценке «отлично»

11-13 баллов – «хорошо»

8-10 баллов – «удовлетворительно»

менее 8 баллов – «неудовлетворительно»

### Методические рекомендации по подготовке к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа – индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Цель проведения самостоятельной работы со студентами – освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний; систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков студентов; формирование умений по поиску и использованию справочной и специальной литературы, а также других источников информации; развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации; раз-

витие научно-исследовательских навыков; формирование умения применять полученные знания на практике (профессиональной деятельности).

Изучение курса предполагает такие формы самостоятельной работы, как:

- конспекты на заданную тему;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к зачету.

Общим при подготовке к данным формам самостоятельной работы является изучение учебников и учебно-методической литературы.

Основной вид работы с книгой – чтение. При изучении нового надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться, постараться максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываться в прочитанное. Чтение должно сопровождаться словарной работой: непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.

Рекомендуются следующие формы работы с литературой:

- выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- составление конспекта.

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование интернет-ресурсов в учебно-познавательной деятельности обучающихся в процессе самостоятельной работы продиктовано ориентированностью на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов.

При самостоятельной работе студент может обратиться к Интернету для поиска необходимой литературы, практических примеров. Желательно вести поиск в разделах: электронные библиотеки, учебная литература, научная литература, рефераты, интернет-СМИ и др. Необходимо иметь в виду, что, работая с интернет-источниками, студент должен осваивать изучаемый раздел так же, как при использовании обычной учебной литературы.

### **Методические рекомендации по подготовке к написанию курсовой работы**

**Курсовая работа** – самостоятельная учебная научно-методическая работа студентов, выполняемая под руководством преподавателя кафедры. Имеет целью развитие у студентов навыков самостоятельной научно-исследовательской работы, овладение методами современных научных исследований, углубленное изучение какого-либо вопроса, темы, раздела учебной дисциплины.

Курсовая работа – это письменная авторская работа студента, посвященная конкретной теме. Курсовая работа является учебной работой, в ходе которой студент должен приобрести и продемонстрировать следующие умения и навыки:

- в области источниковедения – умение отбирать и классифицировать источники, анализировать их, извлекать из него информацию с помощью различных исследовательских методик;
- в области библиографии – умение собирать литературу и знание правил библиографического оформления сносок и списка использованных источников и литературы.
- в области рекламы и связей с общественностью – знание литературы по изучаемому вопросу, умение ее классифицировать, устанавливать преемственность точек зрения, умение применять компаративистский анализ (то есть сравнительный анализ разных взглядов на один и тот же вопрос).

#### **Этапы работы над курсовой работой:**

**1.** Выбор научного руководителя, темы и составление плана курсовой работы.

На кафедре студент может ознакомиться с предлагаемой тематикой курсовых работ. Кроме того, он также может самостоятельно предложить интересующую его тему курсовой, которой нет в предложенном кафедрой списке, но она должна быть согласована с научным руководителем. После выбора темы студент должен явиться к научному руководителю и сообщить о выбранной теме, уточнить ее и получить задание (составление плана, списка литературы и источников), узнать время контрольных явок к научному руководителю и т.д. План курсовой работы составляется самим студентом, составив план, необходимо показать его научному руководителю для утверждения еще до начала работы над текстом.

**2.** Изменение темы и переход от одного научного руководителя к другому допускаются только с разрешения заведующего кафедрой.

**3.** Сбор научной информации, относящейся к теме исследования (прежде всего работа с библиографией), изучение литературы.

В основе успешного выполнения курсовой работы лежит сбор научной информации. По каждой теме курсовой работы рекомендованы основные источники и литература, которые имеются в библиотеке вуза. Для расширения круга источников и литературы полезно использовать возможности различных библиотек, в том числе и личных. Список использованной литературы и источников должен быть **не менее 30 наименований** и включать в себя нормативный материал, основополагающие монографические работы, учебные пособия, журнальные статьи и т.д. После консультации с научным руководителем по отобранному источникам и литературе студент приступает к их углубленному изучению.

**4.** Анализ составных частей проблемы, изложение темы.

После подбора соответствующей литературы наступает самый важный и ответственный момент в процессе подготовки курсовой работы – чтение и конспектирование литературных источников. Для того, чтобы получить цельное представление об изучаемой проблеме, начинать подготовку следует с прочтения записи соответствующей лекции из главы в учебнике. Прежде чем делать выписки из монографической литературы, следует прочитать произведение или его законченную часть полностью, уловить основную мысль автора, сопоставить ее с имеющимся у вас планом работы, сделать пометки с помощью закладок, а затем уже приступать к изложению основных положений. Изучение иной специальной литературы, нормативных актов и т.п. проводится в таком же порядке. Рекомендованные для подготовки курсовых работ источники и литература подобраны с учетом существования различных точек зрения по избранной теме, поэтому не следует увлекаться частым цитированием работы одного или нескольких авторов. Следует изучить и рекомендованные журнальные статьи, где отражены новые взгляды на современную действительность. Некоторые источники прошлых лет рекомендованы для изучения с целью выработки навыков критического осмысления отраженных в них позиций авторов. Сопоставление различных суждений – неременное условие выполнения научной работы, т.е. необходимы элементы научной полемики

**5.** Оформление курсовой работы, представление ее на кафедру.

Объем курсовой работы должен составлять не менее 30-40 страниц машинописного текста, представляется на белых листах формата А4. Допускается распечатка компьютерного набора на одной стороне каждого листа. При оформлении работы с помощью компьютера используется следующая гарнитура шрифта:

- шрифт – Times New Roman - 14;
- поля верхнее и нижнее – 2 см., левое – 3 см., правое – 1 см.;
- отступ красной строки – 1 см.;
- межстрочный интервал – 1,5;

обязательно устанавливается – перенос и выравнивание «по ширине».

Все страницы работы (за исключением титульного листа) должны быть пронумерованы арабскими цифрами с расположением **номеров страниц внизу, по центру**. При этом первой страницей является титульный лист, включаемый в общую нумерацию страниц курсовой работы. Отпечатанную работу необходимо вычитать, тщательно сверить цифры, цитаты, даты, фамилии, инициалы, названия нормативных актов, исправить все ошибки и опечатки. Целенаправленная завершающая работа с текстом характеризует ответственность автора за представляемый материал, его уважение к научному руководителю, оценивающему работу.

Курсовая работа состоит из следующих обязательных частей:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основной текст, разбитый на главы и параграфы
- Заключение
- ПРИЛОЖЕНИЕ
- Список использованных источников и литературы

### **Критерии оценки курсовой работы**

«Отлично» выставляется за курсовую работу, в которой:

1. Используется основная литература по проблеме.
2. Дано теоретическое обоснование актуальной темы и анализ передового опыта работы.
3. Показано применение научных методик и передового опыта в своей работе с испытуемыми, обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации.
4. Работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.).
5. Все этапы выполнены в срок.

«Хорошо» выставляется в случае, если:

1. Использована основная литература по теме (методическая и научная).
2. Дано теоретическое обоснование и анализ передового опыта работы.
3. Все этапы выполнены в срок.
4. Работа правильно оформлена.
5. Недостаточно описан личный опыт работы, применение научных исследований и передового опыта работы.

«Удовлетворительно» выставляется:

1. Библиография ограничена.
2. Нет должного анализа литературы по проблеме.
3. Хорошо обобщен, собственный опыт работы.
4. Оформление работы правильное.
5. Большая часть выполнена в срок.

### **Методические рекомендации по подготовке и сдаче зачета**

Зачет – проверочное испытание по учебному предмету, итог освоения дисциплины, оценка результатов учебного процесса.

Цель зачета – завершить курс изучения дисциплины, оценить уровень полученных студентом знаний.

Основные функции зачета: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение зачета состоит в том, что студент в период экзаменационной сессии вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект практик, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Именно во время подготовки к зачету «старые» знания обобщаются и переводятся на качественно новый уровень – на уровень системы как упорядоченной совокупности данных. Правильная подготовка к зачету позволяет понять логику всего предмета в целом.

Оценивающая функция зачета заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги знаниям студентов (что выражается в конкретной оценке). В определенной степени преподаватель, выставив зачет студенту, оценивает (часто самокритично) и результаты своей деятельности.

Воспитательная функция проявляется в том, что подготовка и сдача зачета стимулирует трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке, вузу и преподавателям.

При подготовке к зачету студенту необходимо:

- Обратиться к изученному в семестре практическому материалу, перечитать учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем. Следует помнить, что для успешной сдачи зачета необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации недостаточно.

- Составить план-конспект ответа (тезисы) по каждому вопросу с целью его оптимизации, формирования его структуры, вычленения главного, а также для лучшего запоминания материала.

- Заучить наизусть термины курса. Любая наука имеет свою систему понятий, которые не следует пытаться объяснить быденным языком (своими словами), так как это приведет к искажению содержания рассматриваемых проблем.

- Продумать практические примеры, которыми можно проиллюстрировать то или иное теоретическое положение.

К зачету необходимо начинать готовиться с первого практического занятия по данному курсу. Однако далеко не все студенты сразу хотят «включаться» в такую долгосрочную и трудоемкую работу. Чаще они выбирают «штурмовой метод», когда факты закрепляются в памяти в продолжение немногих часов или дней и лишь для того, чтобы побыстрее сдать зачет. Однако представления, полученные таким способом, не могут дать истинных знаний. Знания, приобретенные с помощью подобного метода, как правило, менее прочные и надежные, бессистемные и формальные. Материал же, набираемый памятью постепенно, день за днем, освещенный критическим анализом, связанный ассоциациями с другими событиями и фактами и неоднократно подвергавшийся обсуждению, образует качественные знания.

В процессе проведения зачета студенту задаются два вопроса из разных тематических блоков. Время на подготовку к зачету – 40 минут. В этот период студент может составить план-конспект ответа, подобрать примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Следует помнить, что ответ должен быть емким, но кратким, так как приблизительное время ответа – 10-15 минут. На зачете преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Дополнительные вопросы, как правило, задаются в том случае, если у студента имеются пропуски практических занятий, несданные работы. Отдельно следует отметить, что при выставлении зачета, учитывается работа студента в семестре: посещение и работа на практических занятиях, участие в беседах.

### **Критерии оценивания:**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если: изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно, усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечает на вопрос.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если: изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме

основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет; не допущено при этом существенных неточностей;

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если: обнаруживается знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допускаются неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но устраняются под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если: он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; дает ответ, который не соответствует вопросу.

## СОДЕРЖАНИЕ

Вопросы и задания к практическим занятиям	3
Материалы для оценки знаний, умений, навыков	8
Вопросы к зачету	8
Темы курсовых работ	9
Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины	10