

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Бизнес-аналитика»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Левина Елена Константиновна, старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Бизнес-аналитика»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Бизнес-аналитика».

Цель дисциплины: изучение методов количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений; освоение методов анализа информации и прогнозирования развития социально-экономических процессов.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
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 Организует процесс исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Использует результаты анализа и выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> методы обработки, анализа и систематизации нечисловых, интервальных, панельных данных, временных рядов <b>Уметь:</b> строить модели временных рядов, модели панельных данных социально-экономических процессов и оценивать их адекватность <b>Владеть:</b> методами количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-аналитика» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Введение в анализ данных	<p>Проблемы анализа данных. Анализ данных и математическая статистика. Основные шкалы измерения. Виды статистических данных. Нечисловые данные.</p> <p>Задачи классификации, метрики качества. Задачи анализа данных: классификация, группировка, прогнозирование, нахождение ассоциаций и зависимостей, визуализация. Этапы анализа данных: выявление закономерностей, прогнозирование, анализ исключений. Сферы применения анализа данных: финансы и банковское дело, маркетинг, медицина, генетика, биоинформатика, интернет.</p> <p>Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.</p> <p>Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к дискуссии, подготовка к практическому занятию, подготовка к экзаменационному тесту.</p>
2	Аналитика нечисловых данных	<p>Структура статистики нечисловых данных. Объекты нечисловой природы как результат статистической обработки данных. Теория случайных толерантностей. Теория люсианов. Проверка гипотез о согласованности. Метод парных сравнений. Моделирование парных сравнений. Нечисловые данные в экспертных оценках. Метод средних баллов. Метод средних арифметических рангов. Метод медиан рангов. Основные математические задачи анализа экспертных оценок.</p> <p>Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие, метод кооперативного обучения.</p>

		<p>Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к дискуссии, подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка к экзаменационному тесту.</p>
3	Анализ интервальных данных	<p>Задачи анализа интервальных данных. Операции над интервальными данными. Основные оценки и характеристики интервальных данных. Интервальные данные в задачах проверки гипотез. Регрессионный анализ интервальных данных. Метод наименьших квадратов для интервальных данных. Интервальный дискриминантный анализ. .</p> <p>Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие, метод кооперативного обучения.</p> <p>Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к дискуссии, подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка к экзаменационному тесту.</p>
4	Временные ряды в анализе данных	<p>Модели стационарных и нестационарных временных рядов. Методы анализа и прогнозирования временных рядов. Характеристики временных рядов. Идентификация моделей. Обобщенный метод наименьших квадратов. Оценивание периодической составляющей. Состоятельность оценок.</p> <p>Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.</p> <p>Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к дискуссии, подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка к экзаменационному тесту.</p>
5	Анализ панельных данных	<p>Преимущества использования панельных данных. Проблемы использования панельных данных. Модель регрессии с детерминированным индивидуальным эффектом. Модель регрессии со случайным индивидуальным эффектом. Оценки «Between» и «Within». Метод максимального правдоподобия. Декомпозиция оценок. тест Вальда. (тест Бройша -Пагана). Тест Хаусмана.</p> <p>Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.</p> <p>Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к дискуссии, подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального домашнего задания, подготовка к экзаменационному тесту.</p>

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1 Введение в анализ данных.*

Содержание темы: Проблемы анализа данных. Анализ данных и математическая статистика. Основные шкалы измерения. Виды статистических данных. Нечисловые данные.

Задачи классификации, метрики качества. Задачи анализа данных: классификация, группировка, прогнозирование, нахождение ассоциаций и зависимостей, визуализация. Этапы анализа данных: выявление закономерностей, прогнозирование, анализ исключений. Сферы применения анализа данных: финансы и банковское дело, маркетинг, медицина, генетика, биоинформатика, интернет.

*Тема 2 Аналитика нечисловых данных.*

Содержание темы: Структура статистики нечисловых данных. Объекты нечисловой природы как результат статистической обработки данных. Теория случайных толерантностей. Теория люсианов. Проверка гипотез о согласованности. Метод парных сравнений. Моделирование парных сравнений. Нечисловые данные в экспертных оценках. Метод средних баллов. Метод средних арифметических рангов. Метод медиан рангов. Основные математические задачи анализа экспертных оценок.

*Тема 3 Анализ интервальных данных.*

Содержание темы: Задачи анализа интервальных данных. Операции над интервальными данными. Основные оценки и характеристики интервальных данных. Интервальные данные в задачах проверки гипотез. Регрессионный анализ интервальных данных. Метод наименьших квадратов для интервальных данных. Интервальный дискриминантный анализ.

*Тема 4 Временные ряды в анализе данных.*

Содержание темы: Модели стационарных и нестационарных временных рядов. Методы анализа и прогнозирования временных рядов. Характеристики временных рядов. Идентификация моделей. Обобщенный метод наименьших квадратов. Оценивание периодической составляющей. Состоятельность оценок.

*Тема 5 Анализ панельных данных.*

Содержание темы: Преимущества использования панельных данных. Проблемы использования панельных данных. Модель регрессии с детерминированным индивидуальным эффектом. Модель регрессии со случайным индивидуальным эффектом. Оценки «Between» и «Within». Метод максимального правдоподобия. Декомпозиция оценок. тест Вальда. (тест Бройша -Пагана). Тест Хаусмана.

Требования к самостоятельной работе студентов

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по следующим темам:*

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение

авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных

между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Сущность и роль бизнес-процессов в системе управления предприятия	ОПК-4	контрольная работа
Тема 2. Процесс и методические основы бизнес-планирования на предприятии	ОПК-4	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Тема 3. Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов предприятия	ОПК-4	контрольная работа
Тема 4. Реинжиниринг и оптимизация бизнес-процессов предприятия	ОПК-4	контрольная работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### Практическое задание

Описать основные элементы бизнес-аналитики.

Бизнес-аналитика может быть рассмотрена как процесс исследования информации о компании, анализа информации, понимания ситуации в компании и моделировании вариантов действий, соотношенных с целевыми показателями. Результаты анализа позволяют менеджерам определять отклонение текущего состояния дел от плановых показателей и принять оптимальное решение для устранения причин отклонения.

Бизнес-аналитика содержит программное обеспечение, позволяющее анализировать большие объемы информации по ключевым направлениям деятельности организации. Бизнес-аналитика в режиме реального времени представляет текущее состояние дел и анализ информации с целью выработки оптимальных решений.

Можно выделить три основных типа инструментальных средств, что было предложено аналитиками GartnerGroup:

- 1) средства представления информации;
- 2) средства интеграции;
- 3) средства анализа.

Важнейшие факторы и показатели определяются задачами анализа.

Так, технико-экономический управленческий анализ использует производственно-технические показатели, а финансово-экономический анализ основан на показателях бухгалтерской и статистической отчетности. Для комплексного анализа дополнительно к названным показателям привлекают проектную, планово-нормативную документацию, акты ревизий и проверок, законодательные и нормативные акты.

Средства анализа информации включают следующие элементы: OLAP, Продвинутая визуализация, Предиктивное моделирование и DataMining, Карты показателей.

OLAP(OnlineAnalyticalProcessing — Оперативная аналитическая обработка данных) класс приложений и технологий, предназначенных для сбора, хранения и анализа многомерных данных в целях поддержки принятия управленческих решений. Технология OLAP позволяет аналитикам, менеджерам и управляющим сформировать свое собственное видение данных, используя быстрый, единообразный, оперативный доступ к разнообразным формам представления информации.

Одновременный анализ по нескольким измерениям определяется как многомерный анализ. Каждое измерение включает направления консолидации данных, состоящие из последовательных уровней обобщения, где каждый вышестоящий уровень соответствует большей степени агрегации данных по соответствующему измерению.

OLAP представляет собой инструмент для анализа больших объемов данных в режиме реального времени и обеспечивает следующие возможности работы с многомерными данными:

- 1) гибкий просмотр информации;
- 2) произвольные срезы данных;
- 3) детализация;
- 4) свертка или консолидация;
- 5) вращение;
- 6) сравнение во времени.

Продвинутая визуализация — инструменты продвинутой визуализации позволяют представлять данные для более эффективного их восприятия посредством использования интерактивных картинок и диаграмм вместо таблиц.

Предиктивное моделирование (PredictiveModelling) — это процесс создания (или выбора) модели для предсказания вероятности наступления некоторого события.

Интеллектуальный анализ данных (DataMining) — компьютерная техника извлечения знаний, которая использует ИИ для распознавания образов и выделения

значимых закономерностей из данных, находящихся в хранилищах или входных, или выходных потоках. Эти методы основываются на статистическом моделировании, нейронных сетях, генетических алгоритмах и др. Частная методология textmining решает задачи навигации в больших текстовых массивах, поиск взаимосвязей между ключевыми понятиями текстов, структуризация хранилищ документов, поиск информации, выраженный на естественном языке, распределение по рубрикам. Информация, найденная в процессе использования методов DataMining, должна описывать новые связи между свойствами, предсказывать значения одних признаков на основе других и т.д. Найденные знания должны быть применимы и по отношению к новым данным с некоторой степенью достоверности. Когда извлеченные знания непрозрачны для пользователя, должны существовать методы постобработки, позволяющие привести их к интерпретируемому виду.

Задачи, решаемые методами DataMining, включают:

классификацию — отнесение объектов (наблюдений, событий) к одному из заранее известных классов;

регрессию, в том числе задачи прогнозирования;

установление зависимости непрерывных выходных от входных переменных;

кластеризацию — группировку объектов (наблюдений, событий) на основе данных(свойств), описывающих сущность этих объектов. Объекты внутри кластера должны быть похожими друг на друга и отличаться от объектов, входящих в другие кластеры. Чем

больше похожи объекты внутри кластера и чем больше различий между кластерами, тем точнее кластеризация;

ассоциацию — выявление закономерностей между связанными событиями. Примером такой закономерности  $X$  следует событие  $Y$ . Такие правила называются ассоциативными.

Впервые эта задача была предложена для нахождения типичных шаблонов покупок, совершаемых в супермаркетах, поэтому иногда ее еще называют анализом рыночной корзины (marketbasketanalysis); служит правилом, указывающим на то, что из события последовательные шаблоны — установление закономерностей между связанными во времени событиями, то есть обнаружение зависимости, согласно которой если произойдет событие  $X$ , то спустя заданное время произойдет событие  $Y$ ;

анализ отклонений — выявление наиболее нехарактерных шаблонов.

Карты показателей (Scorecards) используют контрольные показатели, отображаемые на информационной панели, для более глубокого анализа путем наложения их на некоторую стратегическую карту, которая увязывает ключевые параметры производительности со стратегическими задачами. Данную концепцию поясняет рис. 4.

Технология предполагает дальнейший анализ на базе применения методологии управления производительностью, например, SixSigma.

### **Примерные вопросы для контрольных работ**

1. Цель, основные понятия, задачи управленческого анализа.
2. Информационное обеспечение управленческого анализа.
3. Понятие бизнес-процесса. Методы описания бизнес-процессов
4. Общая характеристика методологии управленческого анализа.
5. Характеристика классических методов детерминированного факторного анализа.
6. Характеристика методов стохастического факторного анализа.
7. Методы интеллектуального анализа данных
8. Общие принципы моделирования систем и процессов.
9. Типовые схемы моделирования. Аналитическое и имитационное моделирование.
10. Моделирование для принятия решений при управлении.
11. Оценка влияния факторов на результаты моделирования (анализ чувствительности модели).
12. Типология данных в бизнес - аналитике.
13. Общие принципы построения и обработки многомерных и массивов данных.
14. Многомерная модель данных. Хранилища данных. Интеллектуальный анализ данных.
15. Стадии процесса интеллектуального анализа данных. Классификация технологических методов интеллектуального анализа данных.
16. Мониторинг эффективности бизнес - процессов компании.
17. Концепции CRM. Инструментарий CRM.
18. Сбалансированная система показателей. Развитие систем бизнес - аналитики.
19. Стратегический анализ рынков.
20. Макро- и микро- сегментация рынка, анализ его привлекательности
21. Математические методы стратегического анализа рынков.
22. Методы стратегического управленческого анализа.
23. Управленческий учет в организации.
24. Калькулирование. Информационное обеспечение и классификация затрат по видам деятельности.

25. Принятие управленческих решений. Бюджетирование и контроль затрат. Анализ безубыточности деятельности организации.
26. Факторный анализ финансовой устойчивости и установление границ собственного капитала организации
27. Анализ показателей деловой активности организации
28. Факторный анализ прибыли от продаж и чистой прибыли организации
29. Сводная система показателей рентабельности организации и их анализ.
30. Анализ чистых активов организации
31. Анализ структуры, состояния и движения капитала организации
32. Сравнительный анализ методик оценки вероятности банкротства организации
33. Бизнес-аналитика в стратегическом управлении
34. Анализ платежеспособности экономических субъектов
35. Анализ движения денежных средств и его роль в оценке финансового состояния организации
36. Анализ влияния инфляции на данные бухгалтерской (финансовой) отчетности
37. Сущность контроллинга и его роль в управлении коммерческой организацией

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

- 1 Прагматическая концепция бизнеса и сущность бизнес-анализа
- 2 Сущность стейкхолдерского подхода к анализу бизнеса
- 3 Состав стейкхолдеров коммерческой организации и типы их требований
- 4 Роль бизнес-аналитика в обосновании управленческих решений и направлений развития компании
- 5 Методика выявления проблем бизнеса и измерения их масштаба
- 6 Бизнес-модель и задачи ее анализа
- 7 Соотношение бизнес-модели компании и ее стратегии
- 8 Связь бизнес-анализа и инновационной активности предприятия
- 9 Связь и различия экономического бизнес-анализа и информационной бизнес-аналитики
- 10 Значение и задачи бизнес-анализа в рыночной экономике. Отличия бизнес-анализа от традиционного анализа хозяйственной деятельности предприятия.
- 11 Предмет, объекты и метод бизнес – анализа
- 12 Особенности методики бизнес – анализа.
- 13 Роль бизнес-анализа в обеспечении условий устойчивого развития экономических субъектов
- 14 Факторный анализ финансовой устойчивости и установление границ собственного капитала организации
- 15 Анализ показателей деловой активности организации
- 16 Факторный анализ прибыли от продаж и чистой прибыли организации
- 17 Сводная система показателей рентабельности организации и их анализ.
- 18 Анализ чистых активов организации
- 19 Анализ структуры, состояния и движения капитала организации
- 20 Сравнительный анализ методик оценки вероятности банкротства организации
- 21 Бизнес-аналитика в стратегическом управлении
- 22 Анализ платежеспособности экономических субъектов
- 23 Анализ движения денежных средств и его роль в оценке финансового состояния организации
- 24 Анализ влияния инфляции на данные бухгалтерской (финансовой) отчетности
- 25 Сущность контроллинга и его роль в управлении коммерческой организацией

- 26 Принципы оценки эффективности реализации системы контроллинга и системы ключевых показателей
- 27 Методика COSO при разработке системы внутреннего контроля.
- 28 Анализ эффективности бизнес-процессов
- 29 Реструктуризация бизнес-процессов. Условия передачи бизнес-процессов на аутсорсинг и его эффективность.
- 30 Оценка влияния хозяйственных рисков на эффективность и стоимость бизнеса.
- 31 Эффективность бизнеса как объект оценки и управления. Инструменты измерения эффективности бизнеса
- 32 Оперативный контроллинг как метод своевременного выявления возможностей и потенциальных угроз при реализации стратегических и оперативных планов развития бизнеса
- 33 Операционный анализ как одно из направлений управленческого анализа и его связь с бизнес-анализом. Зарубежная и российская практика применения методов операционного анализа
- 34 Содержание, назначение и допущения операционного анализа экономического анализа в управлении процессами закупки, производства
- 35 Применение операционного анализа при принятии краткосрочных управленческих решений.
- 36 5 Маржинальный доход как форма промежуточного дохода в операционном анализе: показатели маржинального дохода; факторы, влияющие на величину маржинального дохода.
- 37 6 Аналитическая взаимосвязь критического объема, запаса прочности и операционного рычага
- 38 Применение операционного анализа в стратегическом управлении затратами

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более ши-	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализи-	хорошо		71-85

	роких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	ровать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература**

1. Владимир, В. Аналитическая фабрика: как настроить финансовую аналитику под задачи бизнеса : практическое руководство / В. Владимир. - Москва : Альпина Паблицер, 2021. - 548 с. - ISBN 978-5-9614-6211-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841926>

#### **Дополнительная литература**

1. Гобарева, Я. Л. Бизнес-аналитика средствами Excel : учебное пособие / Я.Л. Гобарева, О.Ю. Городецкая, А.В. Золотарюк. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 350 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - ISBN 978-5-9558-0560-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1893969>
2. Кугаевских, А. В. Проектирование информационных систем. Системная и бизнес-аналитика : учебное пособие / А. В. Кугаевских. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2018. - 256 с. - ISBN 978-5-7782-3608-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1867932>.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций

- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Бренд-билдинг»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Бренд-билдинг»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Бренд-билдинг».

Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ разработки и развития торговых марок (брендов) с использованием нестандартных инновационных инструментов в брендинге.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> - осуществлять отбор и внедрение в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение <b>Владеть:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.
ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с	ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.	<b>Знать:</b> основные приемы и нормы создания авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. <b>Уметь:</b> - редактировать авторский текст любого уровня сложности. <b>Владеть:</b> навыками выстраивания интегрированных коммуникаций для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.		
ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом	ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда. ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями. ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.	<b>Знать:</b> - принципы и приемы управления массовыми коммуникациями. <b>Уметь:</b> - самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности; - выстраивать коммуникации с органами государственной власти. <b>Владеть:</b> - навыками применения технологий создания бренда.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-билдинг» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной ауди-

торной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Продвижение торговой марки (бренда)	Технологический процесс вывода новой торговой марки на рынок. Позиционирование в структуре брендинга. Динамический процесс перехода новой торговой марки в ранг бренда. Основные стратегические ошибки продвижения бренда. Интегрированное позиционирование торговой марки. Нейрофизиологические и психологические аспекты продвижения торговой марки (бренда). Самоотический маркер торговой марки (бренда). Эмоционирование торговой марки. Основные преимущества использования эмоционирования торговой марки.
2	Построение торговой марки (бренда)	Бренд-билдинг: сущность, цели, задачи. Аудит торговой марки. Ребрендинг торговой марки. Репозиционирование торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования репозиционирования торговой марки. Ренейминг торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования ренейминга торговой марки. Рестайлинг торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования рестайлинга торговой марки. Использование потребительских стереотипов в брендинге. Использование технологической карты стереотипов в управлении брендом.
3	Коммуникационное поле бренда	Трансляция марочных ассоциаций бренда. Рекламный дизайн как транслятор марочных ассоциаций бренда. Визуальный символ торговой марки. Трансляция марочных ассоциаций бренда с помощью элементов рекламного дизайна (упаковка

		и этикетка, фирменная эмблема, марочный персонаж, визуальная метафора, цветовое решение, марочный предмет). Радикальный маркетинг. Трансляция марочных ассоциаций бренда с помощью представителя торговой марки. Трансляция марочных ассоциаций с помощью нестандартных медианосителей. Коммуникационное сообщение, транслирующее марочную ассоциацию бренда. Коммуникационное поле бренда.
4	Брендинг объектов	Брендинг территории. Особенности позиционирования торговой марки территории. Особенности разработки и продвижения бренда территории. Элементы системы образа бренда территории. Брендинг личности. Особенности позиционирования торговой марки личности. Особенности разработки и продвижения бренда личности. Элементы системы образа бренда личности.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Продвижение торговой марки (бренда)*

Технологический процесс вывода новой торговой марки на рынок. Позиционирование в структуре брендинга. Динамический процесс перехода новой торговой марки в ранг бренда. Основные стратегические ошибки продвижения бренда. Интегрированное позиционирование торговой марки. Нейрофизиологические и психологические аспекты продвижения торговой марки (бренда). Самолический маркер торговой марки (бренда). Эмоционирование торговой марки. Основные преимущества использования эмоционирования торговой марки.

*Тема 2. Управление торговой маркой (брендом)*

Управление брендом: сущность, цели, задачи. Аудит торговой марки. Ребрендинг торговой марки. Репозиционирование торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования репозиционирования торговой марки. Ренейминг торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования ренейминга торговой марки. Рестайлинг торговой марки как один из инструментов ребрендинга торговой марки. Основные причины использования рестайлинга торговой марки. Использование потребительских стереотипов в брендинге. Использование технологической карты стереотипов в управлении брендом.

*Тема 3. Коммуникационное поле бренда*

Трансляция марочных ассоциаций бренда. Рекламный дизайн как транслятор марочных ассоциаций бренда. Визуальный символ торговой марки. Трансляция марочных ассоциаций бренда с помощью элементов рекламного дизайна (упаковка и этикетка, фирменная эмблема, марочный персонаж, визуальная метафора, цветовое решение, марочный предмет). Радикальный маркетинг. Трансляция марочных ассоциаций бренда с помощью представителя торговой марки. Трансляция марочных ассоциаций с помощью нестандартных медианосителей. Коммуникационное сообщение, транслирующее марочную ассоциацию бренда. Коммуникационное поле бренда.

*Тема 4. Брендинг объектов*

Брендинг территории. Особенности позиционирования торговой марки территории. Особенности разработки и продвижения бренда территории. Элементы системы образа бренда территории. Брендинг личности. Особенности позиционирования торговой марки

личности. Особенности разработки и продвижения бренда личности. Элементы системы образа бренда личности.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

#### ТЕМА 1. ТОРГОВАЯ МАРКА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

1. Торговая марка: определения, классификация по типу собственника.
2. Товар и торговая марка: общее и различие.
3. Классификация товарных знаков.
4. Основные функции товарных знаков.
5. Свойства торговой марки.
6. Уровни качества торговой марки.

#### ТЕМА 2. ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК

1. Необходимость брендинга на современном этапе развития экономики.
2. Основные этапы развития торговых марок.
3. Современная торговая марка как образ.
4. Развитие представлений о торговой марке.
5. Брендинг как концепция бизнеса.
6. Превращение торговой марки в бренд.
7. Условия развития бренда.

#### ТЕМА 3. ФУНКЦИИ ТОРГОВОЙ МАРКИ

1. Концепция бренда с точки зрения производителей и с точки зрения потребителей.
2. Сущность бренда.
3. Основные функции торговой марки
4. Преимущества торговой марки для производителя.
5. Преимущества торговой марки для потребителя.
6. Экономическая эффективность торговой марки и ее измерение.

#### ТЕМА 4. АТТРИБУТЫ ТОРГОВОЙ МАРКИ

1. Атрибуты торговой марки.
2. Объективные атрибуты марки.
3. Эмпирические атрибуты марки.
4. Символические атрибуты марки.
5. Восприятие атрибутов потребителями.
6. Измерение атрибутов.

#### ТЕМА 5. ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ БРЕНДА

1. Индивидуальность бренда: определения, концепции.
2. Структура индивидуальности бренда.
3. Измерение индивидуальности бренда.
4. Цели создания индивидуальности бренда.
5. Шкала индивидуальности (BPS) – «Большая пятерка» Дэвида Аакера.
6. Факторы, предопределяющие индивидуальность бренда.
7. Индивидуальность бренда и индивидуальность потребителя.

#### ТЕМА 6. ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТОРГОВОЙ МАРКЕ

1. Лояльность: определение, классификация.
2. Типы приверженности потребителей торговой марке.
3. Факторы лояльности потребителей.
4. Типы лояльных потребителей.
5. Мероприятия по обеспечению лояльности средствами рекламы.

6. Измерение лояльности.

#### ТЕМА 7. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА

1. Создание бренда: основные этапы.
2. Создание бренда как интеллектуальный процесс.
3. Концепция бренда.
4. Разработка миссии бренда.
5. Концепция бренда как декларация потребительских ценностей марки.
6. Методы анализа в брендинге.

#### ТЕМА 8. БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ

1. Отношения между маркой и потребителем.
2. Три аспекта формирования отношений.
3. Роль рекламы и средств маркетинговых коммуникаций в формировании отношений.
4. Оценка отношений: ранжированная шкала, номинальная шкала, рейтинговая шкала, попарное сравнение.
5. Управление бренд-коммуникациями.
6. Планирование и осуществление бренд-коммуникаций
7. Коммуникативная модель AUTHOR.

#### ТЕМА 9. СЕРВИСНЫЙ И РОЗНИЧНЫЙ БРЕНДИНГ

1. Современные тенденции развития брендинга в сфере сервиса.
2. Процессы изменения и развития сервисного бренда.
3. Основные элементы сервисного бренда.
4. Бренд-опыты потребителей и их оценка.
5. Розничный брендинг и его основные элементы
6. Сила розничного бренда.
7. Стратегии рекламы сервисного и розничного брендов.

#### ТЕМА 10. МАРОЧНЫЙ КАПИТАЛ: ФОРМИРОВАНИЕ, ОЦЕНКА

1. Управление брендом: определение, подходы, методы.
2. Бренд-менеджмент как управленческий инструмент формирования, поддержания и повышения интегральной оценки эффективности бренда.
3. Нематериальные активы предприятия.
4. Марочный капитал: определение, методы создания и оценки.
5. Понятие эффективности брендинга.
6. Эффекты в брендинге: эффекты восприятия, поведенческие и экономические.

Требования к самостоятельной работе студентов

№	Темы дисциплины	Задания для самостоятельной работы	Форма отчета
1.	Продвижение торговой марки (бренда)	Разработать интегрированное позиционирование торговой марки (для торговой марки продукции или торговой марки услуги). Разработать эмоциональное позиционирование торговой марки (для торговой марки продукции или торговой марки услуги).	Конспект
2	Управление торговой маркой (брендом)	Выявить гипотезы стереотипов для использования в продвижении и управлении брендом (для бренда продукции или бренда услуги).	Конспект

3	Коммуникационное поле бренда	Разработать коммуникационное поле бренда для торговой марки в личной товарной категории. Определить возможность трансляции марочных ассоциаций бренда с помощью элементов рекламного дизайна (для бренда продукции или бренда услуги). Определить возможность трансляции марочных ассоциаций бренда с помощью представителя торговой марки (для бренда продукции или бренда услуги). Определить возможность трансляции марочных ассоциаций с помощью нестандартных медианосителей.	Презентация
4	Брендинг объектов	Разработать ассоциативную модель бренда личности.	Презентация

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные ра-

боты, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

См. Приложение 1

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Музыкант, В. Л. Бренддинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1239252>
2. Годин, А. М. Бренддинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. ISBN 978-5-394-02629-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>
3. Чернатони, Л. Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд ; пред. и пер. с англ. Б.Л. Ерёмкина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039965>

### **Дополнительная литература**

1. Старов, С. А. Управление брендами : учебник / С. А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - ISBN 978-5-288-06100-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840353>
2. Родькин, П. Е. Бренддинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие / П. Е. Родькин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 92 с. - ISBN 978-5-4499-1291-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1908047>.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Выборы и избирательные технологии»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

**Лист согласования**

**Составитель:** кандидат географических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» М.И. Кришталь.

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»,  
д-р. пед. наук, профессор

Бударина А.О.

Руководитель ОП

Струкова Е.М.

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Выборы и избирательные технологии».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Выборы и избирательные технологии».

Цель освоения дисциплины: дать студентам основные знания об избирательном процессе и избирательных технологиях.

Задачи изучения дисциплины:

- выявление и анализ основных стратегий и тактик избирательных кампаний;
- овладение средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний;
- раскрытие основных составляющих планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний;
- овладение студентами применения различных методов решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения избирательных кампаний;
- овладение методами электорального анализа

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.	Знать специфику работы избирательного штаба; основные тенденции формирования российского избирательного законодательства; Уметь организовывать деятельность, направленную на продвижение участника выборов; осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ информации для составления аналитических записок в области электорального анализа; Владеть навыками организации полевого направления в избирательной кампании. Владеть методами политического прогнозирования.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Выборы и избирательные технологии» представляет собой дисциплину по основной части блока дисциплин подготовки студентов.

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период ат-

тестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1 Участники избирательной кампании	Отличия избирательного технолога и политического технолога, избирательного технолога и политического консультанта. Административные роли в избирательной кампании. Цель и задачи избирательной кампании. Исполнительное звено избирательной кампании
2	Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях	Организационные основы полевого работы избирательного штаба. Основные направления полевого направления в избирательных технологиях. Распространенные ошибки, совершаемые в ходе полевого направления избирательной кампании. Планирование полевого направления в избирательной кампании. Структура плана-графика избирательной кампании. Основные принципы планирования избирательной кампании. Полевые штабы в структуре управления избирательной кампанией. Фанерные штабы
3	Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях	Типы агитаторов. Расчет числа агитаторов в зависимости от различных факторов. Источники пополнения агитаторских кадров. Правила «сбивки» агитаторских бригад. Система стимулирования агитаторов. Система контроля за работой агитаторов. Сбор подписей в поддержку выдвижения кандидата. Цели сбора подписей. Типы сбора подписей. Этапы процесса сбора подписей. Методика определения «липовых» подписей. Агитационная программа «От двери к двери». Пикеты в избирательной кампании. Рассылка агитационных материалов. Организационное обеспечение агитационных встреч кандидата с избирателями. Технологии повышения явки избирателей. Политическая реклама на выборах

4	Тема 4 Электоральный анализ	Подходы к осмыслению электорального поведения: социологический, социально-психологический, рационально-инструментальный. Влияние экономических факторов на электоральное поведение. Ретроспективное-перспективное голосование. Индивидуальные и социотропные факторы электорального поведения. Динамические и статические факторы электорального поведения. Географические эффекты, влияющие на электоральное поведение. Методы электорального анализа
---	-----------------------------	--

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Участники избирательной кампании;

Тема 2. Место полевого направления в избирательных технологиях;

Тема 3. Работа с агитаторами в избирательных кампаниях;

Тема 4. Электоральный анализ.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Тема 1 Участники избирательной кампании	1. Административные роли участников избирательной кампании; 2. Место избирательного технолога в предвыборном штабе
2	Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях	1. Организационные основы полевой работы избирательного штаба; 2. Планирование полевого направления в избирательной кампании; 3. Полевые штабы в структуре управления избирательной кампанией
3	Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях	1. Правила «сбивки» агитаторских бригад; 2. Система стимулирования агитаторов; 3. Система контроля агитаторов
4	Тема 4 Электоральный анализ	1. Понятие и сущность электорального раскола; 2. Причины возникновения и факторы развития электоральных расколов, их динамика; 3. Типы электоральных расколов

Требования к самостоятельной работе студентов

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Тема 1 Участники избирательной кампании	1. Административные роли участников избирательной кампании; 2. Место избирательного технолога в предвыборном штабе
2	Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях	1. Организационные основы полевой работы избирательного штаба; 2. Планирование полевого направления в избирательной кампании; 3. Полевые штабы в структуре управления избирательной кампанией

3	Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях	1. Правила «сбивки» агитаторских бригад; 2. Система стимулирования агитаторов; 3. Система контроля агитаторов
4	Тема 4 Электоральный анализ	1. Понятие и сущность электорального раскола; 2. Причины возникновения и факторы развития электоральных расколов, их динамика; 3. Типы электоральных расколов

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1 Участники избирательной кампании	ПК-2	Опрос, деловая игра
Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях	ПК-2	Опрос, анализ кейсов
Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях	ПК-2	Опрос, анализ кейсов
Тема 4 Электоральный анализ	ПК-2	Опрос, мини-проект, тестирование

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Пример тестовых заданий:

1) Представители какого теоретического подхода рассматривают семью как главный агент формирования партийной идентификации, переходящей из поколения в поколение:

- а) социально-психологического
- б) рациональный
- в) социологического
- г) экономический

2) \_\_\_\_\_ голосование – голосование, базирующееся на оценке избирателями текущей социально-экономической ситуации

3) Как называются экономические факторы, предполагающие сравнение текущего социально-экономического положения с ситуацией в других странах или регионах, на основании которого избиратель может делать выводы о «хорошем» или «плохом» состоянии своей территории

- а) бихевиористские
- б) статические
- в) динамические
- г) когнитивные

- 4) Какой электоральный «раскол», выделенный ранее С. Рокканом и С.-М. Липсетом, имеет ныне наибольшее проявление в странах Западной Европе на выборах?
- а) центр/периферия
  - б) город/село
  - в) собственники/рабочие
  - г) государство/церковь

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Основные понятия и категории избирательных технологий.
2. Основные способы привлечения ресурсов в политической коммуникации - агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.
3. Понятие "избирательной кампании", ее характеристики и значение.
4. Виды избирательных кампаний: достоинства и недостатки.
5. Факторы, влияющие на выбор вида избирательной кампании.
6. Особенности избирательной кампании в российских условиях (региональный аспект)
7. Избирательные технологии как воплощение информационного воздействия.
8. Маркетинговые и немаркетинговые технологии в избирательных кампаниях.
9. Решение электоральных задач при использовании наработанных приемов организации и проведения избирательных кампаний.
10. Теоретическая и практическая роль "серых кардиналов" и лидеров мнений в ходе реализации избирательных технологий в рамках выборной кампании.
11. История создания профессионального рынка деятельности по организации и проведению избирательных кампаний.
12. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.
13. Методы формирования ресурсов избирательной кампании.
14. Стратегия и тактика избирательной кампании.
15. Легенда кандидата.
16. Определение целей избирательной кампании.
17. Выделение целевых групп избирателей.
18. Гендерные и возрастные особенности голосования. Влияние социального окружения. Воздействие политических изменений на поведение избирателей.
19. Электоральное поведение в РФ, региональные особенности.
20. Определение темы избирательной кампании.
21. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий.
22. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний: шестиступенчатая модель планирования и проведения кампании по RACE-формуле.
23. SWOT - анализ при выборе стратегии.
24. Предвыборная работа с элитами.
25. Разработка лозунга кампании: главная идея, воплощенная в лозунге, идеологемы для конструирования лозунга.
26. Общие правила и особенности составления биографии кандидата.
27. Предвыборные структуры, организация выборного штаба кандидата, типы и функции сотрудников штаба.
28. Составление паспорта округа. Методы выявления острых проблем электората.
29. Составление раздаточного материала, "листовочная война": виды и содержание печатной продукции.
30. Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степенью самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

##### Основная литература

1. Современные избирательные системы / Центр. избир. комиссия РФ, Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. РФ. / [О. О. Базина [и др.]; науч. ред. В. И. Лафитский]. Москва: РЦИОТ - 2018. - 443 с.
2. Чуев С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / А. А. Городнова, 2018 online, 264 с. (ЭУ)

##### Дополнительная литература

1. Ахременко А.С. Структурирование электорального пространства в российских регионах (факторный анализ парламентских выборов 1995-2003 гг.) // Полис, 2005, №2, с. 26-40.
2. Ахременко А.С. Политический анализ и прогнозирование. Введение в количественные методы. Учебное пособие. М., Издательство Московского университета, 2012.
3. Бурдые, П. Социология политики: Пер. с фр./ П. Бурдые; Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. - М.: Socio-Logos, 1993. - 335 с.
4. Второй электоральный цикл в России, 1999-2000. М., Весь мир, 2002.

5. Гельман В.Я. Региональные режимы: завершение трансформации? // Свободная мысль, 1996, №9, с. 13-22.
6. Гиппельсон В., Чугров С. Модели электорального поведения российских регионов (Опыт многомерного статистического анализа итогов выборов 12 декабря 1993 г.) // МЭ и МО, 1995, № 4, с. 22-32.
7. Журавлев А.Н. Региональные выборы-96: основные результаты и территориальная специфика. // Полития, 1997, № 1, с. 65-71.
8. Иванченко А.В., Кынев А.В., Любарев А.Е. Пропорциональная избирательная система в России: история, современное состояние, перспективы. М.: Аспект Пресс, 2005.
9. Колосов В.А., Туровский Р.Ф. Электоральная карта современной России: генезис, структура и эволюция // Полис, 1996, №4, с. 33-46.
10. Колосов В.А., Туровский Р.Ф. Выборы в Государственную думу 1995 года: борьба в одномандатных округах // Власть, 1996, №5, с. 26-35.
11. Колосов В., Туровский Р. Осенне-зимние выборы глав исполнительной власти в регионах: сценарии перемен // Полис, 1997, № 1, с. 97-108.
12. Кришталь М.И. География голосования в Калининградской области на президентских выборах 2018 года // Вестник Балтийского Федерального университета имени И. Канта. Серия: гуманитарные и общественные науки, №4. 2018, с. 75-82
13. Кришталь М.И. Специфика дифференциации голосования на федеральных выборах России в 2000-2018 гг. // Русская политология, №2. 2018, с. 71-76
14. Кришталь М.И. Идеологическая и политическая дистанция "русских" партий Латвии // Власть, №1. 2019, с. 153-157
15. Кришталь М.И. Электоральное пространство Калининградской области в системе социально-политических отношений. дис. ... кандидата географических наук / Балт. федер. ун-т им. Иммануила Канта. Калининград, 2017
16. Кришталь М.И. Электоральная специфика Калининградской области в условиях эксклавноности // Вестник Балтийского Федерального университета имени И. Канта. Серия: гуманитарные и общественные науки, №2. 2018, с. 93-108
17. Кришталь М.И. Электоральные предпочтения жителей Калининградской области на внутрирегиональном уровне в 2003-2018 гг. // Региональные исследования, №1. 2019, с. 99-107
18. Кузьмин А., Мелвин Н., Нечаев В. Региональные политические режимы в постсоветской России: опыт типологизации // Полис, 2002, №3, с. 142-155.
19. Нечаев В. Региональные политические системы в постсоветской России // Pro et contra, 2000, том. 5, №1, зима, с. 80-95.
20. Туровский, Р.Ф. Политическая география. М.-Смоленск: Издательство Смоленского гуманитарного университета, 1999.
21. Туровский Р.Ф. Парламентские выборы 1999 г.: региональные особенности // Полития, Зима 1999 – 2000, №4 (14), с. 102-121.
22. Туровский Р.Ф. Региональные особенности президентских выборов 2000 г. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2000, №4, с. 38-54.
23. Туровский Р.Ф. Конфликты на уровне субъектов Федерации: типология, содержание, перспективы урегулирования. // Общественные науки и современность, 2003, №6, с. 79-89.
24. Туровский Р.Ф. Концептуальная электоральная карта постсоветской России // Полития, 2005-2006, зима, №4, с. 161-202.
25. Туровский Р.Ф. Региональное измерение электорального процесса: концептуальные основы исследований // Общественные науки и современность, 2006, №5. С. 5-19.
26. Туровский Р.Ф. Региональные выборы в России: случай атипичной демократии // Технологии политики / под ред. Б.И.Макаренко. М., Центр политических технологий, 2006, с. 143-190.

27. Туровский Р.Ф. Электоральный конформизм в России и его география // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. 2007, №2. С. 107-118.
28. Туровский Р.Ф. Центр и регионы: проблемы политических отношений. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007.
29. Туровский Р.Ф. Региональные политические режимы в России: к методологии анализа // Полис, 2009, №2, с. 77-95.
30. Туровский Р.Ф. Электоральное пространство России: от навязанной национализации к новой регионализации? // Полития, 2012, № 3, с. 100-120.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС IBOOKS.RU
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантиана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-  
шего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила  
Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

«Деловой этикет»

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Струкова Елена Михайловна, старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол №8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Деловой этикет».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Деловой этикет»

Целью освоения дисциплины «Деловой этикет» является освоение студентами теоретических основ, стилей, методов, норм и ценностей деловой этики и делового этикета, а также формирование практических умений и навыков, позволяющих реализовать этикетные правила в различных деловых ситуациях, необходимых для эффективного осуществления контактов, для проведения официальных и деловых мероприятий.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> - механизмы проведения анализа проблемных ситуаций. <b>Уметь:</b> - решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях. <b>Владеть:</b> - навыками разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации.
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии. УК-5.2 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп.	<b>Знать:</b> - историю становления и развития этикетных норм и правил поведения; - этические основы современного этикета. <b>Уметь:</b> - работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; оценивать межличностное общение с точки зрения этических норм и правил; применять правила этикета в деловом общении. <b>Владеть:</b> - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; навыками оценки межличностного общения с точки зрения этических норм и правил; навыками применения правил этикета в деловом общении
ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую и редак-	ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом	<b>Знать:</b> - специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. <b>Уметь:</b>

торскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.	- взаимодействовать с медиасообществом и деловыми партнерами. <b>Владеть:</b> - навыками взаимодействия с медиасообществом; - владеть формами делового общения и принципами установления деловых контактов.
---	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловой этикет» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Коммуникации в политике и бизнесе».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Этика как область научных знаний	Этикет в системе наук. Этикет в сфере бизнеса и корпоративная социальная ответственность. Профессиональный этикет
2.	Особенности и требования деловой этики к сотрудникам.	Деловой этикет. Дресс-код. Этические нормы различных форм деловой коммуникации. Специфика делового общения с иностранными партнерами. Особенности и механизмы внедрения этических принципов и правил в практику деловых отношений в России.

### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

### **Раздел 1. Этика как область научных знаний.**

Тема 1.1. Этикет в системе наук: понятие этикета в повседневной жизни человека. Сущность делового этикета. Базовые документы делового этикета. Этические принципы и нормы в деловых отношениях.

Тема 1.2. Этикет в сфере бизнеса и корпоративная социальная ответственность: сущность этики бизнеса. Основные принципы классической этики положены в основу анализа этики конкретных деловых ситуаций. Этика бизнеса – это неписанные законы рынка. Корпоративная социальная ответственность организаций. КСО компаний – обязательная составляющая корпоративного управления во всех развитых странах. В России же пока только крупные организации постепенно внедряют в свою деятельность концепцию социальной ответственности, что обусловлено рядом факторов.

Тема 1.3. Профессиональный этикет: понятие, содержание и предмет профессиональной этики. Кодексы профессиональной этики.

### **Раздел 2. Особенности и требования деловой этики к сотрудникам.**

Тема 2.1. Деловой этикет. Дресс-код: деловой этикет: сущность, требования, принципы. Этика приветствий и представлений. Дресс-код.

Тема 2.2. Этические нормы различных форм деловой коммуникации: основные формы деловой коммуникации. Визитная карточка в деловой коммуникации.

Тема 2.3. Специфика делового общения с иностранными партнерами: российская этика делового общения. Особенности деловой этики иностранных партнеров. Сувениры и подарки при общении с иностранными партнерами.

Тема 2.4. Особенности и механизмы внедрения этических принципов и правил в практику: общие механизмы внедрения этических принципов и правил в практику деловых отношений. История развития этических представлений в России. Факторы влияющие на внедрение этики в российскую деловую сферу.

### **Рекомендуемая тематика практических занятий**

*Тема 1.2. Этикет в сфере бизнеса и корпоративная социальная ответственность:*

Практическое упражнение «Оценка уровня этичности организации»

Практическое упражнение «Социальная ответственность компании»

Деловая игра «Оказание давления»

Тема 2.2. Этические нормы различных форм деловой коммуникации

1. Подготовьте проблематику для различных видов совещаний по общей целевой направленности. Каковы этические нормы выбора времени и места совещания?

2. Оформите свою визитную карточку (семейную, рабочую, личную).

Тема 2.3. Специфика делового общения с иностранными партнерами.

Упражнение «Встреча с иностранным партнером»

Тема 2.4. Особенности и механизмы внедрения этических принципов и правил в практику.

Проблемные вопросы для обсуждения:

1. Какие типы современных российских предпринимателей Вы знаете? Вызывают ли какие-нибудь из них доверие, уважение, желание подражать? Почему?

2. Подумайте о моральных проблемах, с которыми сталкивается российский бизнес. Какие из них являются, на Ваш взгляд, наиболее сложными? Есть ли пути их решения?
3. Какие механизмы внедрения этических норм и принципов деловых отношений в России Вы можете предложить в дополнение к существующим?
4. Какие из механизмов представляются Вам наиболее эффективными в России? Почему?
5. Если бы Вы принимали участие в разработке этического кодекса вуза, в котором обучаетесь, то какие бы пункты Вы обязательно включили (дополнили, исключили)?

#### **Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)**

Не предусмотрены.

#### **Требования к самостоятельной работе студентов**

Работа с конспектом лекций. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение индивидуальных заданий преподавателя.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

### **7. Методические рекомендации по видам занятий**

#### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Этика как область научных знаний	УК-1; УК-5; ПК-1	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Особенности и требования деловой этики к сотрудникам.		

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

*Эссе на тему:*

1. Мораль в современном обществе.
2. Нарушение закона ради справедливости.
3. Этика и религия: единство или борьба?
4. Этика в рекламе.
5. Деньги как мера стоимости любого поступка.
6. Эвтаназия: за и против.
7. Военная этика.

## 8. Этические проблемы насилия и ненасилия.

*Презентация на тему:*

Базовый гардероб деловой женщины и мужчины

Трактовка предпочтений в одежде с точки зрения психологии

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Природа и сущность деловой этики, ее принципы.
2. Закономерности межличностных отношений.
3. Субъекты деловой этики.
4. Природа и цель коммуникаций.
5. Виды контактов в деятельности делового человека и приемы их установления.
6. Коммуникативные и психологические барьеры, техники их преодоления.
7. Модели общения и их использование в разнообразных формах деловой этики.
8. Формальное и неформальное общение.
9. Понятие этики и этикета.
10. Отличие делового этикета от светского и дипломатического.
11. Функции этикета.
12. Сущность понятия "психологическая совместимость" и ее механизмы.
13. Основные структурные элементы делового этикета.
14. Этика субординации: принципы и правила субординационных отношений.
15. Личностные и стилевые особенности "трудного" руководителя. Правила общения с ним.
16. Позитивные приемы общения руководителя с подчиненными в целях оптимизации деловых отношений.
17. Типы производственных конфликтов.
18. Этикет как форма коммуникации.
19. Имидж делового человека.
20. Особенности международного бизнеса.
21. Национальная специфика деловой культуры: а) Восток; б) Западная Европа; в) США.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100

Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература:**

1. Кузнецов, И. Н. Деловой этикет : учебное пособие / И.Н. Кузнецов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 348 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-018532-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2008759>. – Режим доступа: по подписке.
2. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И.Н. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 431 с. - ISBN 978-5-238-01337-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028716>. – Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература:**

1. Кошечкина И. П. Профессиональная этика и психология делового общения: учебное пособие / И.П. Кошечкина, А.А. Канке. - М: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2020. - 304 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1099226>

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА

- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Иностранный язык в профессиональной деятельности»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Поздняков Владимир Владимирович, ст.преп. ресурсного центра ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Иностранный язык в профессиональной деятельности».

Цель дисциплины

**Цель освоения дисциплины «Иностранный язык (английский) в профессиональной деятельности»:** формирование у студентов профессионально значимых компетенций, определенных ООП по направлению подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", что предполагает готовность использовать иностранный язык в процессе межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1. Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p><b>Знать:</b> как вести запись основных мыслей и фактов, а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике;</p> <p>виды и особенности письменных текстов и устных выступлений; понимать общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты;</p> <p>основную терминологию своей широкой и узкой специальности; русских эквивалентов основных слов и выражений профессиональной речи;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>понимать основное содержание аутентичных специальных текстов, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), блогов/вебсайтов; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного характера;</p> <p>использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках, способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>поддерживать контакты при помощи электронной почты, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, коллажей, постеров)</p> <p><b>Владеть:</b> формами деловой переписки; навыками подготовки текстовых документов в управленческой деятельности; владеть основами реферирования и аннотирования литературы по специальности;</p>

		<p>основными приемами реферирования и перевода литературы по специальности; навыками обсуждения знакомой темы, делая важные замечания и отвечая на вопросы; создания простого связного текста по знакомым или интересующим его темам, адаптируя его для целевой аудитории; навыками работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
<p>ОПК-1 .Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>признаки изученных грамматических явлений (видовременных форм глаголов, модальных глаголов и их эквивалентов, артиклей, существительных, неличных форм глагола);</p> <p>основные нормы речевого этикета (реплики-клише, наиболее распространенная оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка;</p> <p>основные значения изученных лексических единиц в рамках повседневного и делового общения.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p><i>(1) говорение</i></p> <p>начинать, вести/поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости переспрашивая, уточняя;</p> <p>расспрашивать собеседника и отвечать на его вопросы, высказывая свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника согласием/отказом, опираясь на изученную тематику и усвоенный лексико-грамматический материал;</p> <p>делать сообщения, описывать события/явления (в рамках пройденных тем), передавать основное содержание, основную мысль прочитанного или услышанного, выражать свое отношение к прочитанному/услышанному, давать характеристику персонажей;</p> <p>использовать синонимичные средства в процессе устного общения;</p> <p><i>(2) аудирование</i></p> <p>понимать основное содержание аутентичных прагматических текстов и выделять для себя значимую информацию;</p> <p>понимать основное содержание аутентичных текстов, относящихся к разным коммуникативным типам речи (сообщение/рассказ), уметь определить тему текста, выделить главные факты в тексте, опуская второстепенные;</p>

		<p>использовать переспрос, просьбу повторить;</p> <p><b>(3) чтение</b></p> <p>ориентироваться в иноязычном тексте: прогнозировать его содержание по заголовку;</p> <p>читать аутентичные тексты разных жанров с полным и точным пониманием, используя различные приемы смысловой переработки текста (языковую догадку, анализ, выборочный перевод), оценивать полученную информацию, выразить свое мнение;</p> <p>читать текст с выборочным пониманием нужной или интересующей информации;</p> <p><b>(4) письменная речь</b></p> <p>заполнять анкеты и формуляры;</p> <p>Использовать навыки и умения письменной речи, необходимые при написании письменных работ с элементами рассуждения.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>навыками работы над учебными и специальными текстами</p> <p>навыками работы со словарями.</p> <p>навыками письменной речи (личное и деловое письмо, сочинение, биография).</p> <p>навыками понимания аудиотекстов (монологической и диалогической речи).</p>
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» представляет собой дисциплину базовой части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы,

лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Средства массовой информации	Типы печатных изданий. Теоретические основы массовой коммуникации. Газеты. Заголовки. Анализ газетных статей. Интервью. Планирование и написание статьи.
2.	Радиовещание.	Особенности речи ведущего. Производство радиопередачи. Планирование радиопередачи и анализ программы.
3.	Журналы.	Составление обложки журнала. Планирование содержания выпуска. Фотосъемка. Разработка статьи для журнала.
4.	Телевидение.	Организация телесъемки. Съемка на местности. Редактирование отснятого материала. Написание отзыва/рецензии на фильм. Подготовка скрипта для документального фильма.
5.	Современные средства массовой информации.	Написание блога и создание влога. Создание подкаста.
6.	Реклама.	Организация рекламного бизнеса. Создание печатного рекламного продукта. Организация рекламной компании. Представление конечного продукта.
7.	Маркетинг.	Анализ рыночных трендов. Маркетинговые стратегии коммуникации. Организация перезапуска продукции. Ребрендинг.

#### **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

№ Темы	Наименование раздела	Вопросы для обсуждения
1	Средства массовой информации	Знакомство с типами печатных изданий. Повторение основных теорий в массовых коммуникациях. Виды газет. Лингвистические особенности заголовков. Анализ и определение линг-

		вистических средств заголовков газетных статей англоязычной прессы (игра слов, культурная референция, эмфаза, аллитерация). Интервью. Особенности вопросов (закрытые и открытые вопросы) Планирование и написание статьи. Предвзятость в газетных статьях (BIAS).
2.	Радиовещание.	Особенности речи ведущего. Воздействие звука на человека. Языковые модели (phrases followed by Noun or Gerund). Фразовые глаголы (Производство радиопередачи. Планирование радиопередачи и анализ программы.
3.	Журналы.	Составление обложки журнала. Воздействие цвета и колористика. Лингвистические особенности заголовков статей журнала, их отличия от газетных заголовков (Rhyming and alliteration). Планирование содержания выпуска. Журнальные рубрики. Фото съемка (creative photos). Написание емейла о приглашении на работу и устройстве на работу. Составление Резюме. Разработка статьи для журнала.
4.	Телевидение.	Организация телесъемки. Съемка на местности. Редактирование отснятого материала. Оборудование для съемки. Модальные глаголы и их особенности. Предложение идей и высказывание предположений. Написание отзыва/рецензии на фильм. Подготовка скрипта для документального фильма. Средства когезии. Вопросы цензуры и ограничений. Плагиат.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1.	Современные средства массовой информации.	Написание блога и создание влога. Создание подкаста. Уточнение и определение намерения. Многозначность и устойчивые словосочетания (Collocation).
2.	Реклама.	Организация рекламного бизнеса. Создание печатного рекламного продукта. Организация рекламной компании. Брейнсторминг. Представление конечного продукта. Убеждение и предложение идей. Слоганы и их лингвистические особенности.

3.	Маркетинг.	Анализ рыночных трендов. Маркетинговые стратегии коммуникации. Организация перезапуска продукции. Ребрендинг. Геобрендинг. Выделение ключевых положений научной статьи (topic sentence). Выражение поощрения. Создание презентации. Графические способы представления информации (диаграммы, графы, графики) и их описание.
----	------------	---

### Требования к самостоятельной работе студентов

1. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по темам «Массовые коммуникации». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Поиск и представление газетных заголовков с различными лингвистическими средствами. Составление вопросов для интервью. Опрос и анализ ответов. Написание отчета.
2. Выполнение заданий по чтению статей и их жанровому определению (fact-based or opinion based). Анализ лексики и стилистической принадлежности. Написание статей на одну тему, но разных типов (fact-based and opinion based).
3. Чтение текста и выполнение лексико-грамматических упражнений. Подготовка сообщения на предложенную тему (Определение звуковой волны. Ультразвук. Инфразвук. Воздействие разных музыкальных жанров на человека). Подготовка 15-ти минутного слота для радио подкаста с последующей презентацией на практическом занятии.
4. Подготовка сообщения на предложенную тему (Колористика. Теория Люшера. Воздействие цвета на человека (психологическое, эмоциональное). Подготовка журнала (обложка, рубрики, заголовков статей, выносимых на обложку издания (coverlines), написание истории, основанной на реальных событиях (real-life story).
5. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «New Media». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений.
6. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «Advertising». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Создание проекта по запуску кафе (подготовка бизнес-плана с учетом заданных параметров – определение целевой аудитории, места расположения, дизайна, специфических услуг, слогана) с последующим представлением на занятии.
7. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «Branding». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Поиск аутентичной научной статьи по теме Geobranding, ее чтение, перевод, составление словника и глоссария. Подготовка проекта на одну из предложенных тем (Our University Rebranding, Our City/town/village/country rebranding) с последующей презентацией на занятии.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных

форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Средства массовой информации.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, презентация
Радиовещание.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, тест, презентация, доклад
Журналы.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, контрольная работа, презентация, доклад
Телевидение.	УК-4; ОПК-1	Тест, опрос, обсуждение
Современные средства массовой информации.	УК-4; ОПК-1	Контрольная работа, обсуждение, опрос
Реклама.	УК-4; ОПК-1	Обсуждение, опрос, доклад
Маркетинг.	УК-4; ОПК-1	Контрольная работа, опрос, обсуждение, презентация

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Тема 1.

### THEORY OF COMMUNICATION

Reading

Task I. Examine the following text carefully paying attention to key terms highlighted in the text and be ready to dwell upon different theories of communication (in your own words).

A message may move from the sender through the media to the receiver without necessarily **conveying ideas** and getting them accepted. Yet ideas do get accepted, and there are several theories about how this is done.

Two-Step Flow Theory

The **two-step flow theory** assumes that there is a definite group of "opinion leaders" who get information from the media, analyze and interpret it, and then pass it along to the public. The theory fails due to the fact that no permanent group of people serves as opinion leaders on all subjects.

Multistep Flow Theory

The multistep flow theory holds that there are opinion leaders on many different subjects and that they have varying degrees of influence.

Opinion Group Theory

The opinion group theory is fairly well accepted. It recognizes opinion leaders but does not assume that they are the sole influence on the formation of public opinion. The basic **emphasis** is on the function of discussion in crystallizing opinion. People of similar interests discuss mutual problems and arrive at common conclusions.

People try to conform to group opinion and to avoid disagreement with the majority. Anyone may belong to several groups — at work, at church, at leisure. Grouping may be by age, occupa-

tion, place of residence, and so on. Whenever there is a common interest, there is formal or informal grouping.

#### Diffusion Theory

The **diffusion theory** was developed in the 1930s. It holds that there are five steps in the process of acquiring new ideas:

- Awareness — the person discovers the idea
- Interest — the person tries to get more information
- Trial — the person tries the idea on others
- Evaluation — the person decides whether the idea is in his or her own self-interest
- Adoption — the person incorporates the idea into his or her opinion.

In this model, the public relations writer is most influential at the awareness and interest stages of the process. People, for example, often become aware of a product, service, or idea through traditional **mass outlets** such as newspapers, magazines, radio, and television. Indeed, the primary purpose of advertising in the mass media is to create awareness, the first step in moving people toward the purchase of a product or support of an idea.

At the interest stage, more direct media — **pamphlets, brochures**, direct mail, videotape presentations, even conferences and symposiums — play an important role. Once **awareness** has been created, people turn to more detailed information in these direct media channels.

#### Hierarchy-of-Needs Theory

The **hierarchy-of-needs theory** has been applied in a number of disciplines, including communication. It is based on the work of Abraham H. Maslow, who listed basic human needs on a scale from basic survival to more complex ones:

- Physiological needs. These are the constituents of self-preservation. They include air, water, food, clothing, shelter, rest, and health — the minimum necessities of life.
- Safety needs. These comprise protection against danger, loss of life or property, restriction of activity, and loss of freedom.
- Social needs. These include acceptance by others, belonging to groups, and enjoying both friendship and love.
- Ego needs. These include self-esteem, self-confidence, accomplishment, status, recognition, appreciation, and the respect of others.
- Self-fulfillment needs. These represent the need to grow to one's full stature — simply as a human being or in terms of some special talent, gift, or interest.

Effective messages carry components of these needs from the standpoint of helping people achieve them in some way. In sum we're talking about the self-interest of the audience. Indeed, if you can keep in mind the self-interest of your target audiences when formulating messages, you will be an effective communicator.

Most public relations activity is aimed at lower-level needs because people are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals. Economics may get most of the attention, but don't forget that there are many people who do have non-economic interests.

#### Applying Theory to Practice

Understanding the concepts of opinion formation, the process of information diffusion, and the psychological needs of audiences has a great deal of practical application for the public relations writer.

The diffusion model, for example points out that mass and direct media are most important in the beginning stages of the process.

Although the writer's goal is ultimately to change attitudes and behavior, this is difficult to accomplish unless the audience (1) is highly interested in the message, (2) is predisposed to accept it, and (3) receives reinforcement of the message through their opinion leaders and **peer groups**.

Consequently, most writers are realistic enough to have the limited objectives of message exposure and accurate dissemination of the message, which coincide with the interest and awareness stages of the diffusion model.

Task 2. Agree or Disagree with the Following Statements. Mark them as True or False.

1. The two-step flow theory assumes that there is a definite group of "opinion leaders" who get information from the media, analyze and interpret it, and then pass it along to the public.

2. The basic emphasis of the opinion group theory is on the function of discussion in crystallizing opinion.

3. Primary purpose of public relations in the mass media is to create awareness, the first step in moving people toward the purchase of a product or support of an idea.

4. Most public relations activity is aimed at high-level needs because people are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals.

5. Understanding the concepts of opinion formation, the process of information diffusion, and the psychological needs of audiences has a great deal of practical application for the public relations writer.

Task 3. Answer the Questions Given Below:

1. What is the essence of the two-step flow theory?

2. How much is the multistep flow theory different from two-step flow theory?

3. What is the basic emphasis of the opinion group theory?

4. What are five steps in the process of acquiring new ideas within the diffusion theory?

5. Why is most public relations activity aimed at lower-level needs as according to hierarchy-of-needs theory?

6. Is the opinion group theory well accepted?

7. Is an opinion leader always recognized as such?

8. How many steps in the process of acquiring new ideas does the diffusion theory hold?

9. At what stages is the public relations writer most influential according to this theory?

10. What media play an important role at the interest stage?

11. Has the hierarchy-of-needs theory been applied to other disciplines besides communication?

12. What should you keep in mind when formulating messages?

Vocabulary

Task 1. Check the pronunciation of the following words:

leisure, hierarchy, discipline, physiological, ego, stature, peer.

Task 2. Give the English equivalents:

прийти к заключению / благодаря ч.-л. / защита от опасности / уверенность в себе / постоянный / общие проблемы / избегать разногласий / поддержать идею / совпадать с ч.-л. / группы ровесников / теория приоритетных потребностей / сознание, понимание / проспект / брошюра / средства массовой информации / теория распространения / акцент, ударение / двухступенчатая непрерывная теория / выразить идеи

Task 3. Give the Russian equivalents:

to conform to smth / to be applied / on a scale / survival / to comprise smth / self-esteem / to be concerned about smth / to be predisposed / to turn to information

Task 4. Give synonyms:

fairly well / a goal / sole (adj.) / emphasis / similar / mutual / a step / a subject

Task 5. Give antonyms:

to fail / to accept an idea / permanent / majority / to be interested / to be concerned / to support an idea / limited

Task 6. Insert prepositions:

- 1) Anyone may belong ... several groups — ... work, ... church, ... leisure.
- 2) People often become aware ... a product, service, or idea ... traditional mass outlets.
- 3) The group is centered ... an opinion leader — a person who is listened ... the others.
- 4) Effective messages carry components ... these needs ... the standpoint ... helping people achieve them ... some way.
- 5) This leader is the one who gets information ... outside and comments ... it ... the group.

Speaking

Task 1. Explain the following statements. Use colloquial expressions placed below.

I'd just like to say – я только хочу сказать, что ...

From my point of view – с моей точки зрения

My point of view is ... – моя точка зрения – следующая...

I have an opinion... – у меня есть мнение...

I no longer wonder at -- я не сомневаюсь, что..

What I'm trying to say is that... – я пытаюсь сказать, что

1. The primary purpose of advertising in the mass media is to create awareness, the first step in moving people towards the purchase of a product or support of an idea.
2. Ego needs. These include self-esteem, self-confidence, accomplishment, status, recognition, appreciation, and the respect of others.
3. Whenever there is a common interest, there is formal or informal grouping.
4. Consequently, most writers are realistic enough to have the limited objectives of message exposure and accurate dissemination of the message.

Task 2. Comment on the following statements: Do you agree with them? Prove your point of view.

- People are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals.
- People try to conform to group opinion and to avoid disagreement with the majority.

Task 3. Develop the following statements:

1. Opinion leaders are important for the communication process. They pass on information to their followers and influence the acceptance or rejection of a message.
2. People adopt new ideas in a five-stage diffusion process - awareness, interest, trial, evaluation, and adoption.
3. Mass and directed media messages are most influential in the awareness and interest stages of the adoption process. Opinion leaders and peers are influential in the later stages.
4. According to Abraham Maslow, people have a hierarchy of needs - physiological, safety, social, ego, and self-fulfillment needs.

Communication. Pair Work.

Split into two groups. Discuss the Hierarchy-of-Needs Theory. Group 1 is to work out some criteria for criticizing this theory. Group 2 is to persuade the opposite group that the system is worthy existing.

Commentary: Pay special attention to the scale of needs.

Arguments FOR Arguments AGAINST

Тема 5.

New Media

Reading I.

**Task 1. Read the text. Mark the following statements as true or false.**

1. News releases can't be sent by e-mail because it lacks some necessary features.
2. Public relations agencies shouldn't publish information about their clients on their websites.
3. Brochureware is similar to printed information about a company, but it also offers some interactive features.
4. An electronic bulletin board is a method of communication where topics or questions are posted to a website and participants can respond.

### ***The Internet and Public Relations***

The internet gives public relations practitioners a many-faceted form of worldwide communication, primarily involving message exchange by e-mail, information delivery and persuasion by its World Wide Web, and research.

These are the primary Internet uses:

- E-mail distribution. This electronic mail includes messages to individuals, newsletters to staff members, transmission of news releases and "pitch" letters to media offices, and dispatch and receipt of copy between public relations firms and clients. Many e-mail systems now accept hyper-text e-mail that presents images in full color when the e-mail is opened.

- World Wide Web sites. These sites provide a way for organizations to tell Internet users what they do, publicize projects, and advocate policies. Edelman Public Relations Worldwide, for example, provides information about its clients. Ketchum Public Relations offers recipes from its food product clients.

- Brochureware. Although this term is used ironically by those who envision websites as a unique new channel, much of the content on websites is little more than an online version of the brochures and collateral materials that organizations provide to stakeholders. Now, however, interactivity and video clips distinguish brochureware from its print predecessor. Public relations professionals should capitalize on such characteristics.

- Usenet discussion groups. Individuals concerned with a certain issue discuss it by making comments and reading responses of their participants. Sometimes this exchange is called an electronic bulletin board. Usenet groups also are used for audience research, in which a participant requests opinions and facts.

Here are some specific examples of how the Internet is used in public relations practice:

- Firms not only pitch stories to journalists via e-mail, but also respond rapidly to stories.
- Organizations increasingly set up websites to serve informational needs of reporters, especially during a crisis or a breaking news situation.
- Companies have used webcasting to increase coverage of important news conferences by broadcasting video footage over the Web.
- At least 400 health care organizations and companies use their websites to distribute medical information.

### Vocabulary

#### ***2. Match the words (1-6) with the definitions (a-f).***

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. to publicize         | a. to create places on the Internet where you can find information about a particular organization   |
| 2. collateral materials | b. an interruption of scheduled programming in order to report the latest details of a current event |
| 3. to capitalize on     | c. to give information about something to the public   |
| 4. to pitch stories     | d. to use a situation or something good that you have, in order to get an advantage for yourself     |
| 5. to set up websites   | e. to introduce a source to a member of the media  |
| 6. breaking news        | f. additional information  |

### Reading II.

Task1 Read the text. Then complete the table that follows it:

### ***Public Relations in the Face of Web 2.0***

Web 2.0 is a collection of emerging technologies that enable social networking by offering Web users the ability to add and edit Web content, and is essentially a platform for sharing information of all kinds. By tapping directly into the minds of the Web user, Web 2.0 technologies provide public relations counselors with unfiltered information that enables them to create strategic solutions that resonate with their publics. Web 2.0 can help reveal what target publics really care about, in close to real time. This can be invaluable in helping ensure that messages and tactics are aligned with the interests and concerns of their publics. Here is how Web 2.0 features can be incorporated into public relations activities.

- Blogs. A blog is a website where entries are written in chronological order and commonly displayed in reverse chronological order. Many blogs provide commentary or news on a particular subject. A typical blog combines text, images, and links to other blogs, web pages, and other media related to its topic. Blogs are extremely flexible PR tools with features and options that make them excellent power engines for the most different types of online communication efforts. A blog provides a direct voice from a company bridging its mission inside the organization with the customers out there. The blog shows that there is someone "real" talking and responding to the continuous market conversations being engaged by the existing and potential stakeholders.

- Podcasts. Podcasting is a method of publishing files to the Internet, and then allowing users to subscribe to a feed and receive these new files automatically by subscription, usually at no cost. Podcasts are primarily used for audio files that can be downloaded on any computer or any MP3 player. Podcasts are a great PR tool. They are cheap to produce. They allow companies to promote their products, technology, services and methodology directly to their customers as well as the media and the blogosphere. Many podcasters use the interview or roundtable format to discuss an issue of interest. A PR practitioner's client could host a podcast on a hot topic related to his/her business and invite experts such as a customer, an analyst or a journalist. A podcast could be part of a tradeshow PR campaign where the client introduces a new technology or wants to be part of the latest trade show buzz. A series of podcasts on one particular issue can also support a company's sales campaign and its issues management.

- RSS. RSS (Really Simple Syndication) is a form of web syndication used by websites and weblogs. RSS allows you to customize the news sources you need to get on a daily basis. Therefore, RSS makes the process of monitoring content updates much more efficient. PR professionals can help find, compile and remix relevant content to meet the specific informational needs of their clients. Using RSS a PR practitioner can feed the client all the pertinent information about competitive products on the markets and what customers say about them in user forums and other CGM (Consumer Generated Media) sites.

- Wikipedia. Wikipedia is the popular online encyclopedia completely generated, edited and updated by Web users. Not only is Wikipedia a great channel for getting an organization's message out, the technology that makes it work is available to incorporate into an organization's Web site. Using wikis, an organization may enlist its customers to help collaboratively produce how-to guides for their products – or might present new product concepts in order to gather immediate feedback. Internally, wikis might be used to develop more user-friendly employee handbooks by encouraging employees to tinker with the wording.

("Blogs as Instruments for Effective PR." Robin Good. 23 Aug. 2003. 30 Oct. 2007. <[http://www.masternewmedia.org/2003/08/28/blogs\\_as\\_instruments\\_for\\_effective\\_pr.htm](http://www.masternewmedia.org/2003/08/28/blogs_as_instruments_for_effective_pr.htm)>, "PR 2.0 Essentials." SHIFT Communications. 30 Oct. 2007. <<http://www.shiftcomm.com/downloads/pr2essentials.pdf>>, "The Web's Next Generation: Web 2.0" PRSA Tactics. 07 March 2006. 30 Oct. 2007. <http://www.schipul.com/en/art/?135>)

Web 2.0 features	The ways these features can be used in public relations
------------------	---

1. blogs	
2. podcasts	
3. RSS	
4. Wikipedia	

Task 2. Answer the questions:

1. What are the advantages of Web 2.0 that PR professionals should take into account?
2. Do you use any Web 2.0 features? If yes, how often and why?

Vocabulary

Task 1. Match words from each column to make word combinations. Then check your answers in the text

- |            |                               |
|------------|-------------------------------|
| 1. Provide | a) a podcast on               |
| 2. Host    | b) commentary on              |
| 3. Meet    | c) immediate feedback         |
| 4. Gather  | d) specific information needs |

Task 2. Find the word or phrase in the text which means the same as:

1. are understood or receive a sympathetic response .....
2. to sign up for a service .....
3. an exhibition organized so that companies in a specific industry can showcase and demonstrate their new products and services. ....
4. excited interest or attention of the public .....
5. to change the ways of receiving news according to individual specifications .....
6. the act or style of expressing in words .....

Task 3. Complete the sentences with the words from the texts:

1. In almost all newspaper **n** \_\_\_\_\_, editors customarily meet daily with the chief editor to discuss which stories will be placed on the front page, section front pages, and other pages.
2. The government has used a well-established tool of public relations: the **p** \_\_\_\_\_ **n** \_\_\_\_\_ that major corporations have long distributed to TV stations to pitch everything from headache remedies to auto insurance.
3. Due to accessibility, a **t** \_\_\_\_\_ allows large groups of participants to feel included in meetings and decision making.
4. Word of mouth is the cheapest way to **t** \_\_\_\_\_ **i** \_\_\_\_\_, but this can be harmful if the information is misrepresented or misunderstood.
5. If you would like to be updated regularly about additions to this blog you can **s** \_\_\_\_\_ for free by either filling out the online form on the right of the page for email updates or by clicking on the orange icon for RSS feed updates.
6. The origin of the term **f** \_\_\_\_\_ is that 35mm film has traditionally been measured in feet and frames.
7. As a TV producer, Ms Lane sorted through hundreds of pitches and news releases every day to determine who would **r** \_\_\_\_\_ **a** \_\_\_\_\_.
8. To attract all potential customers to a business it is important to **s** \_\_\_\_\_ **u** \_\_\_\_\_ a **w** \_\_\_\_\_.
9. A **s** \_\_\_\_\_ **m** \_\_\_\_\_ **t** \_\_\_\_\_ is a means of having numerous television interviews around the country in the matter of just a few hours.

10. In contrast to advertising, public relations tells a story, often produces word-of-mouth **b** \_\_\_\_\_ and can be extremely cost-effective.

### *Speaking*

#### *Problem Solving*

Ashland Community Hospital is deeply involved in health education as part of its approach to preventive care. In the past, the hospital has distributed leaflets about various diseases and conducted community seminars on such topics as how to stop smoking, the importance of physical fitness, and how to detect early signs of cancer.

The new technologies, however, now enable the hospital to expand its potential in health education.

*Write a proposal on how the hospital would use the Internet, the World Wide Web, e-mail, and other new technologies to disseminate health care information to the community.*

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

#### TEST 1

Task 1. Give Russian equivalents.

1. disseminate -
2. facilitate -
3. distinguish -
4. awareness –
5. scope –
6. publicity -
7. assignment -
8. seasoned -
9. implementation -
10. enhance -

Task 2. Match the words on the left with their meanings on the right.

- |                     |  |
|---------------------|--|
| 1. public relations | a. identify differences between (two or more things or people)   |
| 2. objective        | b. share or exchange information, news, or ideas   |
| 3. channel          | c. recognize or treat (someone or something) as different  |
| 4. awareness        | d. make (an action or process) easy or easier  |
| 5. respond          | e. state or describe exactly the nature, scope, or meaning of something  |
| 6. define           | f. say something in reply  |
| 7. facilitate       | g. having knowledge or perception of a situation or fact   |
| 8. communicate      | h. medium for communication or the passage of information  |
| 9. distinguish      | i. a thing aimed at or sought; a goal; a purpose   |
| 10. differentiate   | j. the professional maintenance of a favorable public image by a company or other organization or a famous person. |

Task 3. Choose the only one suitable variant.

1. The unique way we communicate is a fundamental part of the human experience, ... humankind from the rest of creation  
a) designating b) distinguishing c) disseminating

2. PR deals with products indirectly by means of creation of cognitive ... and a positive image of a company or service.
- assignment
  - application
  - awareness
3. Public relations builds relationships and generates goodwill, while ... is concerned with an organization's economic objectives, customers and selling products
- marketing
  - advertising
  - Public relations
4. Public relations helps an organization and its publics ... to each other.
- differentiate
  - adapt mutually
  - compile
5. Public relations helps an organization build effective relationships with its publics and makes a contribution to the company's ... .
- bottom line
  - think tank
  - endorsement
6. What is prior in the entire process of Public Relations?
- creation of cognitive understanding/awareness of the company/organization
  - creation of a positive image of the company/organization
  - creation of publicity
7. What is secondary in the entire process of Public Relations?
- creation of cognitive understanding/awareness of the company/organization
  - creation of a positive image of the company/organization
  - creation of publicity
8. What audiences does Public Relations deal with?
- customers and consumers
  - publics
  - clients

Task 4. Find out whether the following statements are true or false.

- Journalism is wider than Public relations in the scope.
- Whereas public relations personnel are objective observers serving their audience, journalists are advocates of their clients.
- Public relations tool —product publicity—is more cost effective and often more credible than advertising because the message appears in a news context.
- Public relations is different from marketing in several ways, although their boundaries overlap.
- Marketing is concerned with building relationships and generating goodwill for the organization; public relations is concerned with customers and selling products and services.

## TEST 2

Task 1. Give Russian equivalents.

- adapt
- publicity
- corporate
- bottom line
- employee
- assignment
- shareholder
- enlist
- seasoned
- implementation

Task 2. Give English equivalents.

- распределение

2. инструмент
3. макет одобрение, признание
4. осуществление, реализация
5. внешние источники
6. опытный специалист
7. увеличивать, усиливать, улучшать
8. исследовательский, научный центр
9. предельный срок
10. программа, план работы;

Task 3. Match the words on the left with their meanings on the right.

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. special events           | A. Combination of activities designed to sell a product, service or idea, including advertising, collateral materials, publicity, promotion, packaging, point-of-sale display, trade shows and special events. |
| 2. multicultural affairs    | B. Stimulating an interest in a person, product or organization by means of a focused "happening;" also, activities designed to enable an organization to listen to and interact with its publics.             |
| 3. marketing communications | C. Providing advice to the management of an organization concerning policies, relationships and communications; in effect, "what to do."   |
| 4. counselling              | D. Relating with individuals and groups in minorities  |
| 5. media relations          | E. Relating with trade associations and other firms in an organization's industry.   |
| 6. industry relations       | F. Relating with communications media in seeking publicity or responding to their interest in an organization.   |
| 7. community relations      | G. Relating directly with legislatures and regulatory agencies on behalf of an organization, usually as a central element of a public affairs program; often called "lobbying."                                |
| 8. government affairs       | H. Continuing, planned and active participation with and within a community to maintain and enhance its environment to the benefit of both an organization and the community                                   |

Task 4. Choose one suitable word to fill in the sentence.

1. Public relations, at its best, not only tells an organization's "story" to its ..., but also helps shape the organization and the way it performs.
  - a) specialists b) employees c) publics
2. A responsible and effective ... program is based on the understanding and support of its publics.
  - a) public relations b) government c) marketing
3. Various publications, special reports, videos, and multimedia programs are important ways of ... .
  - a) marketing b) communicating c) Public relations
4. Public relations offices are busy places; work ... are irregular and frequently interrupted.
  - a) hours b) days c) schedules
5. The average ... salary in public relations for a person with a baccalaureate degree is approximately \$18,000 - \$22,000.
  - a) bottom line b) entry-level c) deadline

Task 5. Find out whether the following statements are true or false.

1. Since the public relations professional is often trying to reach large groups of people, an important tool is the spoken word.
2. Special events require knowledge of how newspapers and other media operate, the areas of specialization publications, and the interest of individual editors.
3. The junior employee generally works very hard and performs various activities.
4. Entry-level public relations practitioners tend to be extremely well paid.
5. Public relations professionals always meet deadlines.

Task 6. Translate into Russian.

1. The public relations function takes many forms in different organizations, including public information, investor relations, public affairs, corporate communications, employee relations, marketing or product publicity, and consumer service or customer relations.
2. Since the public relations professional is often trying to reach large groups of people, an important tool is the printed word.
3. Various publications, special reports, videos, and multimedia programs are important ways of communicating.
4. Public relations work often requires skill in face-to-face communication – finding appropriate platforms, the preparation of speeches for others and the delivery of speeches.
5. Public relations programs operate against deadlines.
6. Under such high-pressure conditions, nine-to-five schedules go out the window.
7. Public relations executives are not tied to their desks for long periods.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности,	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретиче-	хорошо		71-85

	нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	ских источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература

1. Ceramella N, Lee E. Cambridge English for the Media. Cambridge University Press, 2018. 112р. с (библиотека БФУ им. И. Канта, УК5, ауд.333)
2. Latham-Koenig, Christina. English File : Upper-intermediate Student's Book with DVD-ROM / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 167 S.: il. + 1 эл. опт. диск (DVD-ROM). - ISBN 978-0-19-455874-7: 2113.00 p. - Текст: непосредственный.
3. Chris Redston & Gillie Cunningham Face to Face Upper-Intermediate Student's Book, Cambridge, Second Edition, 176 с, 2016 (библиотека БФУ им. И. Канта, УК5, ауд.333)

### Дополнительная литература

1. Дроздова Т. Ю. English Grammar. Reference & practice. With a Separate Key Volume: учеб. пособие для учащихся кл. с углубленным изучением англ. яз. и студентов неяз. вузов/ Т. Ю. Дроздова, А. И. Берестова, В. Г. Маилова. - 11-е изд., испр. . - СПб.: Антология, 2012. - 462, [2] с. (УБ, ч.з. N4 библиотека БФУ им И. Канта)
2. MacAndrew R., Martinez R. Taboos and Issues. Tomson. 86 p. (личный фонд преподавателя)
3. McCarthy M., O'Dell F. English Idioms in Use. Cambridge Univ.Press, 2006 (личный фонд преподавателя)

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН

- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие региона»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Сивкова Анна Вадимовна, кандидат филологических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол №8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие региона».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие региона»

*Цель курса* – сформировать представление об устойчивом развитии как о прикладной сфере деятельности компании и его влиянии на собственную репутацию и развитие региона.

### *Задачи:*

- познакомить с историей появления, развития и основными принципами концепции устойчивого развития;
- познакомить с наиболее яркими образцами крупных промышленных предприятий России и их социальными проектами, в первую очередь, на примере Калининградской области;
- показать, как деятельность крупных социально ответственных промышленных предприятий влияет на их репутацию и экономическое развитие, а также на имидж и привлекательность регионов их присутствия.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. В своей работе руководствуется принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	<b>Знать:</b> - основные принципы взаимодействия крупных предприятий с медиа-сообществом; - правила и технологии освещения публичных решений и действий предприятий <b>Уметь:</b> оценивать последствия принимаемых управленческих решения в медиасфере, в т.ч. эффекты от освещения программ социально-ответственной деятельности предприятия <b>Владеть:</b> навыками взаимодействия с медиа-сообществом

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие региона» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Коммуникации в политике и бизнесе».

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Концепция устойчивого развития как цивилизационная модель	<p>История концепции устойчивого развития, основные события: Конференция ООН по окружающей среде (Стокгольм, Швеция, 1972), учреждение Комиссии ООН по окружающей среде и развитию (Комиссия Г.Х. Брундтланд – КОСР, 1983), представление Доклада КОСР «Наше общее будущее» (1987), конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, Бразилия, 1992).</p> <p>Система основных понятий устойчивого развития: устойчивость — способность системы сохранять свои свойства (или достаточно быстро восстанавливать их) при внешних воздействиях, развитие — процесс воспроизводства состояния объекта (в общем случае — системы) во времени и в пространстве.</p> <p>Деятельность энергетических компаний (крупных предприятий) в области устойчивого развития. Три аспекта устойчивого развития: социальный, экологический, экономический. Отчетность.</p>
2.	Экологический аспект устойчивого развития компании	<p>Концепция устойчивого развития как идеология баланса интересов поколений в рамках экологической парадигмы, предписывающей справедливое распределение ограниченных природных благ. Историческая необходимость всесторонней экологизации жизни современного общества. Система природных ценностей. Основные категории природных благ: природные ресурсы, природные условия и природное наследие.</p> <p>Концепция устойчивого развития как стратегия решения экологических проблем.</p> <p>Экологический PR в мировом пространстве. Система организации и реализации экологического PR. Понятие экологической PR-политики в деятельности коммерческой компании (предприятия).</p> <p>Практическая реализация экологической PR-политики и ее влияние на репутацию корпорации.</p>
3.	Социальный аспект устойчивого развития компании	<p>Культурное многообразие и формы его проявления. Культурное наследие региона как фактор его устойчивого развития. Единство культурного и природного наследия.</p>

		Понятие социальной политики (внутренней и внешней) в деятельности коммерческой компании (предприятия). Соотношение понятий «меценатство», «благотворительность», «спонсорство». Практическая реализация благотворительных проектов крупными корпорациями.
4.	Корпоративная социальная ответственность в России на примере деятельности компании «ЛУКОЙЛ» и ее репрезентация в системе массовых коммуникаций	Определение КСО. Деятельность в сфере КСО.  Меценатство и благотворительность как базовые принципы сохранения культурного наследия. Социальная деятельность компании «ЛУКОЙЛ» на территориях присутствия. Соглашения о сотрудничестве с регионами как основа для взаимодействия бизнеса и власти. Благотворительная деятельность ООО «ЛУКОЙЛ»

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Концепция устойчивого развития как цивилизационная модель.

Тема 2. Экологический аспект устойчивого развития компании.

Тема 3. Социальный аспект устойчивого развития компании.

Тема 4. Корпоративная социальная ответственность в России на примере деятельности компании «ЛУКОЙЛ» и ее репрезентация в системе массовых коммуникаций.

### Рекомендуемая тематика *практических* занятий

Тема 1. Деятельность промышленных компаний в области устойчивого развития

Тема 2. Система организации и реализации экологического PR

Тема 3. Историко-культурная основа социальной деятельности компаний.

Тема 4. Культурное наследие региона как основной объект благотворительной деятельности компании «ЛУКОЙЛ».

### Рекомендуемый перечень тем *лабораторных работ (при наличии)*

Не предусмотрены.

### Требования к самостоятельной работе студентов

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по всем темам курса.*

*Работа с текстами первоисточников, предусматривающая составление конспекта и собственных комментариев в соответствии с заданием преподавателя.*

*Выполнение домашнего задания, предусматривающего подготовку доклада, представляемого на практических занятиях: темы предлагаются преподавателем с учетом пожеланий студента и в соответствии с вопросами практического занятия.*

*Подготовка презентации с защитой на практическом занятии.*

*Разработка групповых проектов с презентацией на практическом занятии.*

*Работа с базами документов по природному и культурному наследию с целью выявления определенных объектов, анализа и применения в решении профессиональных задач, в создании тематических медиа- и коммуникационных продуктов.*

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Концепция устойчивого развития как цивилизационная модель.	ОПК-7	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в
Экологический аспект устойчивого развития компании.		

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Социальный аспект устойчивого развития компании.		решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Корпоративная социальная ответственность в России на примере деятельности компании «ЛУКОЙЛ» и ее репрезентация в системе массовых коммуникаций.		

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

1. Раскройте содержание понятий «концепция устойчивого развития» и «корпоративная социальная ответственность». Почему, говоря об этих понятиях, мы, прежде всего, подразумеваем деятельность крупных энергетических корпораций?
2. Как соотносятся понятия «экологический аспект устойчивого развития» и «экономический аспект устойчивого развития», «социальный аспект устойчивого развития»?
3. Обоснуйте историческую необходимость всесторонней экологизации жизни. Почему устойчивое развитие компании – это залог успешного решения экологических проблем территории?
4. Как вы понимаете значение понятий «меценатство», «благотворительность», «спонсорство»? Опишите внутреннюю и внешнюю социальную политику компании.
5. Сравните и проанализируйте примеры благотворительной деятельности крупных компаний на территории Калининградской области. Опишите наиболее успешные проекты.

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

## 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу	отлично	зачтено	86-100

		теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература:

1. Герасимов В.Е. Экологический PR: от теории к практике. — М.: ИД «Городец», 2020. — 272 с.: ил. : Дирекция Высшей школы медиа и дизайна, г. Калининград, ул. Чернышевского, 56, каб. 207.
2. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 248 с. - ISBN 978-5-394-03159-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091190>. – Режим доступа: по подписке.
3. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия URL : [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/heritage.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml)
4. Корпоративная социальная ответственность : учебное пособие / В. В. Бондаренко, Е. В. Кузнецова, М. А.Танина [и др.]. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 304 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010231-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233664>. – Режим доступа: по подписке.
5. Павлова, Е. И. Корпоративная социальная ответственность : практикум / Е. И. Павлова. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 78 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896328>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. *Всемирное культурное и природное наследие: Документы, комментарии, списки объектов.* М. : Институт Наследия, 1999.
2. *Всемирный доклад по культуре-2000 : Культурное многообразие : конфликт и плюрализм / ЮНЕСКО.* М. : Магистр-Пресс, [2002]. 613 с.
3. *Каталог объектов культурного наследия Калининградской области / Науч.-произв. центр по охране, учету и реставрации памятников истории и культуры Калинингр. обл ; ред.-сост. А.М. Тарунов ; фот. А.А. Бедарев, Е.А. Калашников, А.В. Клюев [и др.].* М. : Научно-информационный издательский центр, 2005. Т. 1–2.
4. *Колганова, Э.М., Колганов, И.П., Иванов, Ю.Н.* Путешествуйте по Калининградской области. Калининград : Кн. изд-во, 1961. 222 с.
5. *Меценатство в культурной памяти Калининградской области / Калининградский региональный общественный фонд культуры ; сост. И.А. Полякова ; сост., авт. идеи Н.П. Перетьяка.* — Калининград : [б.и.], 2020. — 56 с. : ил. — 100 экз. : Дирекция Высшей школы медиа и дизайна, г. Калининград, ул. Чернышевского, 56, каб. 207.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным

лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Кризисные коммуникации»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Струкова Е.М., старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Кризисные коммуникации».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Кризисные коммуникации»

**Цель дисциплины:** представить обучающимся вопросы теории современного копирайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов).

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> - принципы и методы создания информационных поводов при планировании антикризисной коммуникации; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; <b>Уметь:</b> - владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий; - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в создании информационных поводов для разрешения кризисной ситуации. <b>Владеть:</b> - способностью создавать информационные поводы при планировании антикризисной коммуникации с применением творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта; - навыками сравнительного анализа и синтеза.
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.	<b>Знать:</b> - принципы социальной ответственности и этические нормы, принятыми профессиональным сообществом. <b>Уметь:</b>

<p>принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. В своей работе руководствуется принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.</p>	<p>- планировать процесс антикризисной коммуникации; определять ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; использовать различные методы исследований коммуникаций при изучении специфики освещения различных ситуаций, связанных с кризисом;</p> <p>- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-</p> <p>- навыками проведения контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках антикризисных кампаний.</p>
---	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Кризисные коммуникации» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа «Коммуникации в политике и бизнесе».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обуче-

ния. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR.	Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.
2	Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью.	Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.
3	Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ.	Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.
4	Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.	Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR.
5	Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании.	Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.
6	Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия.	Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Понятие PR. Р. Харлоу о понятии PR. Определения PR в современной науке. Сущность и содержание "рекламы". Основные профессиональные термины и понятия. Соотношение понятий "связи с общественностью", "пропаганда", "реклама", "журналистика", "научно-информационная деятельность". Виды связей с общественностью (цветной PR).

Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия. Основные организационные структуры рекламной и PR служб. Рекламное, PR агентство: структура, организация. Функции рекламной и PR служб. Место отдела рекламы и PR в структуре организации. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Взаимодействие службы PR с центральным аппаратом организации. Должностные обязанности специалиста в сфере рекламных и PR коммуникаций. Кадровый состав отдела. Сторонняя организация: достоинства и недостатки в сравнении с отделом внутри организации.

Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. создание известности политическому лидеру, поиск и сплочение сторонников определенных идей или социальных институтов. Виды корпоративных документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, рекламная продукция. Презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись фирмы, биография руководства, слайдовый видеофильм

Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR. открытия: цели, особенности подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Сценарий проведения мероприятий. Конференции: основные виды, этапы проведения. Организация дней открытых дверей, круглых столов. Информационное сопровождение. Публичные выступления. Организация и проведение фестивалей и конкурсов. Использование знаменитостей. Брифинги и пресс-конференции: подготовка и проведение. Интервью. Интервью для печати. Интервью на TV. Пресс-релиз. Типы пресс-релизов. Бэкграундер, медиа-кит, обзорные статьи, авторские материалы в системе медиа-рейтингов. Мониторинг состояний информационной среды. Методы сбора информации. Первичные и вторичные источники информации. Пресс-клиппинг.

Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса. Этапы антикризисного PR и их содержание. Типовой план антикризисного PR. Создание рекламной и имиджевой продукции, представительских фильмов и роликов. Основные виды специальных антикризисных рекламных, PR-мероприятий и пресс-мероприятий. Церемонии открытия: цели, особенности подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Сценарий проведения мероприятий. Конференции: основные виды, этапы проведения. Организация дней открытых дверей, круглых столов. Информационное сопровождение. Публичные выступления. Организация и проведение фестивалей и конкурсов. Использование знаменитостей. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия.

Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. Антикризисный PR в процедурах банкротства. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR.

Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью.

Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ.

Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.

Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании.

Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение

авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, тренинги и анализ ситуаций.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке заданий и творческих проектов, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов по теме дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью.	ОПК-2, ОПК-7	Разбор кейсов. Дискуссия
Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ.	ОПК-2, ОПК-7	Письменная работа
Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.	ОПК-2, ОПК-7	Практическая работа
Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании.	ОПК-2, ОПК-7	Практическая работа
Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия.	ОПК-2, ОПК-7	Практическая работа

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

Тематика реферативных докладов:

1. Антикризисный PR: опыт российских и зарубежных компаний.
2. Примеры антикризисных PR кампаний.
3. Типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
4. Управление кризисными ситуациями в коллективе.
5. Кризис как фактор новых возможностей предприятия.
6. Значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
7. СМИ как ключевая аудитория организации в период кризиса.
8. Роль общественного мнения для организации в период кризиса.
9. Разработка антикризисной программы на основе теории управления проблемами Чейса.
10. Репутационные и юридические последствия кризиса для организации.
11. Поведение масс в кризисных ситуациях (паника, агрессия и др.)
12. Корпоративные кодексы и их значение в поведении сотрудников.
13. Борьба со слухами.

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Тестовые задания

1. Неудовлетворение работников и неблагоприятный моральный климат в коллективе – это примеры:

- а) неожиданных;
- б) назревающих;
- в) непрерывных кризисов.

2. Сплетни или спекуляции, сообщаемые средствами массовой информации или передающиеся из уст в уста – это примеры:

- а) неожиданных;
- б) назревающих;
- в) непрерывных кризисов.

3. Возникновение кризисной ситуации, как правило, сопровождается:

- а) стрессовым состоянием персонала организации;
- б) дефицитом времени для принятия решений по урегулированию кризиса;
- в) планомерной реализацией персоналом своих функциональных обязанностей;
- г) спокойным морально-психологическим климатом в коллективе.

4. Внешние по отношению к организации причины возникновения кризиса, на которые влиять невозможно или возможно ограничено, сводятся к таким, как:

- а) ужесточение конкуренции;
- б) инфляционные процессы;
- в) политическая нестабильность;
- г) общественное мнение.

5. План управления кризисными ситуациями может включать:

- а) перечень мероприятий, необходимых при возникновении кризисной ситуации;
- б) функции центра по контролю за ходом выполнения работ в кризисной ситуации;
- в) определение персонального состава сотрудников оперативных антикризисных групп подразделений;
- г) направления развития социальной инфраструктуры предприятия.

6. Мероприятия, входящие в предкризисный этап антикризисного PR:

- а) прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий;
- б) упреждение, нейтрализация;
- в) оценка, мониторинг.

7. Какой вид коммуникаций необходимо использовать для информирования ключевых заинтересованных лиц:

- а) Интернет;
- б) СМИ;
- в) непосредственный контакт;
- г) выпуск пресс-релизов.

8. Дайте характеристику кризисным коммуникациям:

- а) это искусство работы со СМИ в ситуации, которая может иметь отрицательное, разрушительное воздействие на клиента;
- б) это система связи внутри организации, применяемая во время кризиса;
- в) комплекс мероприятий по прогнозированию, недопущению или преодолению кризиса репутации.

9. Как не рекомендуется вести общение с СМИ во время кризиса:

- а) поздно сообщать информацию;
- б) говорить профессиональными терминами;
- в) честно освещать проблему.

10. Какова основная цель антикризисных PR мероприятий:

- а) предотвращение разрушения организации;
- б) предотвращение репутационных потерь;
- в) выход из кризиса;

г) борьба с последствиями кризиса.

11. Что не входит в круг задач специалиста по PR:

- а) борьба с последствием кризиса;
- б) борьба со слухами;
- в) борьба с имиджевыми потерями.

12. Средства массовой информации публикуют негативные материалы об организации по поводу реальных и выдуманных фактов, возникают противоречия и конфликты персонала управления, активно реализуется политика «наведения порядка», а работники с трудом принимают нововведения. Данная ситуация характерна для организации, находящейся в состоянии:

- а) управленческого кризиса;
- б) репутационного кризиса;
- в) инновационного кризиса.

13. Кризис является негативным явлением (выберите верное утверждение):

- а) Нет, так как — это не только разрушение, но и создание потенциальной возможности сбыта и перспективы выхода из него благодаря падению цен;
- б) Да, так это разрушение привычной экономической среды;
- в) Да так, кризис - это явление, которое противоречит рыночной экономике;
- г) Нет, так как во время кризиса – это «естественной отбор» в рыночной экономике.

14. Субъективные причины кризисов - это:

- а) ошибки управления;
- б) неточности в оперативных метеосводках;
- в) природные явления;
- г) межгосударственные конфликты.

15. К объективным причинам кризиса относятся:

- а) тайфуны, цунами, приводящие к большим разрушениям;
- б) военные действия, приведшие к повреждениям и разрушениям инфраструктуры;
- в) ошибки в принятии управленческих решений.
- г) склонности к усилению неформального управления.

16. Перечислите стратегемы прямого действия в кризисных ситуациях:

- а) игнорирование негативной информации,
- б) асимметричный ответ;
- в) отрицание негативной информации,
- г) расследования негативной информации;
- д) репрессии в отношении источника информации.

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Понятие кризиса. Информационные и коммуникативные характеристики кризиса.
2. Типология кризисов.
3. Системный подход к кризисной коммуникации.
4. Информационный подход к кризисной коммуникации.
5. Методы исследования кризисных коммуникаций.
6. Понятие и характерные особенности организационного кризиса.
7. Система антикризисного управления.
8. Антикризисная диагностика внешнего окружения организации.
9. Антикризисная диагностика внутренней среды организации.

10. Факторы, определяющие поведение персонала в кризисной ситуации.
11. Динамика развития кризиса в организации.
12. Организация деятельности по антикризисному управлению персоналом.
13. Роль связей с общественностью в управлении кризисной ситуацией.
14. Ранжирование инцидентов по степени опасности.
15. Событийные (временные) отрезки кризиса.
16. Методы антикризисного PR.
17. План коммуникационных действий в условиях кризиса.
18. Кризисный медиапакет.
19. Структура кризисного сообщения.
20. Деятельность спиндоктора в кризисной ситуации.
21. Цель, задачи и сущность антикризисного управления.
22. Механизм антикризисного управления.
23. Этапы программы антикризисного управления.
24. Эффективность антикризисного управления. Критерии и показатели успешного преодоления кризиса.
25. Модель антикризисного управления.
26. Типы антикризисных стратегий. Факторы, определяющие выбор стратегии антикризисного управления.
27. Антикризисные стратегии поворота.
28. Антикризисные стратегии выхода.
29. Механизм разработки и реализации антикризисной стратегии.
30. Механизм разработки антикризисных программ.
31. Система контроля и оценки результатов реализации антикризисной стратегии.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низшего уровня.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно	хорошо		71-85

	деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература

1. Васин, С. М. Антикризисное управление: учебное пособие / В. М. Васин, В. С. Шутов. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 272 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01557-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036517>
2. Зуб, А. Т. Антикризисное управление организацией: учебное пособие / А.Т. Зуб, Е.М. Панина. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0327-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832368>
4. Орехов, В. И. Антикризисный менеджмент / В. И. Орехов, Т. Р. Орехова, К. В. Балдин. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 336 с. - (Высшее образование: Бакалавриат (Финуниверситет)). - ISBN 978-5-16-016280-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093041>

### Дополнительная литература

1. Арсенова, Е. В. Зарубежная практика антикризисного управления: учебное пособие / под ред. проф. А.Н. Ряховской. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2020. — 336 с. - ISBN 978-5-9776-0508-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1045567>
4. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: 10.12737/textbook\_5c6ffedda58f78.54410213. - Бакалавриат). — DOI ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1068921>

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы

- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п. 11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Мастер классы по видеосъемке»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Мастер-классы по видеосъемке».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 1. Наименование дисциплины: «Мастер-классы по видеосъемке».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы видеосъемки.

1. Обучить бакалавров правилам построения композиции видеоматериалов.
2. Сформировать навыки использования правил и принципов съемки и монтажа.
3. Сформировать навыки работы с видеооборудованием;
4. Сориентировать бакалавров в современном техническом обеспечении для создания и обработки видеоматериалов;
5. Сформировать навыки создания и анализа собственных творческих материалов для разных видов СМК с учётом их специфики и с использованием современных мультимедийных технологий.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеoinформации. <b>Уметь:</b> - самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование. <b>Владеть:</b> методами использования видеотехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-классы по видеосъемке» является факультативом по выбору.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Основы операторской работы.	Динамический диапазон камеры. Экспозиция при видеосъемке. «Зебра». Баланс белого для видеокамеры. Крупность планов. Типы ракурсов. Типы движения камеры. Построение композиции при видеосъемке. Освещённость. Постановка света. Советы для качественной съемки.
2	Нелинейный аудио- и видеомонтаж.	Линейный и нелинейный монтаж. Десять принципов монтажа видео. Виды монтажа. Принципы монтажа звука. Категории звука.
3	Технология создания мультимедийного продукта.	Бесплатные и коммерческие программы для монтажа видео, звука, обработки графики. Пакет программ Adobe.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Не предусмотрены учебным планом.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Съёмка планов.

Съёмка разных планов, отработка навыков построения кадра. Учащийся может выбрать любую ситуацию, необходимую представить с помощью разных планов.

Тема 2: Съёмка панорам.

Панорамы лучше всего снимать не в помещении, а на улице. Виды панорам, которые необходимо снять:

- слежения (за автобусом, за прохожими);
- с движущимся объектом, выполняющим роль связки между двумя интересующими вас объектами в начале и в конце панорамы;
- параллельно физической линии в кадре (линия горизонта, направление улицы);
- по воображаемой линии, протянутой между логически связанными объектами (по направлению палки регулировщика уличного движения, к интересующему вас объекту).

Тема 3: Визуализация абстрактных понятий.

Прочитать и пересказать текст, осмыслить, продумать каждый кадр. Начитать текст, снять и смонтировать видеоряд, точно соответствующий и раскрывающий смысл текста, и озвучить его.

Тема 4: Этюд «Читатель».

Сделайте маленький этюд: снимите и смонтируйте не менее чем в 10 планах, каждый длинной не менее 5 сек., самое простое действие: человек подходит к книжному шкафу, выбирает книгу, берет ее и садится читать – точка. Неподготовленному зрителю должно быть интересно это смотреть.

Тема 5: Продолжение этюда «Читатель».

Этот практикум – прямое продолжение предыдущего.

Озвучьте предыдущий этюд как минимум в 3 вариантах, пытайтесь создать звуковой картиной совершенно разное ощущение, атмосферу. Попытайтесь создать насыщенные звуковые картины, разворачивающие и даже переворачивающие смысл происходящего в кадре действия – это прямой путь в вертикальный монтаж и далее – в монтаж аттракционов. Отбор звуков должен быть предельно осмыслен и точен.

Результат: неподготовленному зрителю должно быть интересно это смотреть, и воспринимать все три сюжета он должен по-разному.

Тема 6: Видео на основе фотографий.

Создать видеоролик из фото про обучение вашей группы.

**Обязательные требования:**

- наличие субтитров;
- наличие озвучки;

**Использование чужих материалов**, охраняемых авторским правом без ссылки на источник и разрешения правообладателя запрещено.

**Тема 7:** Создание мультимедийного продукта.

Создать в предложенных программах мультимедийный продукт, ориентируясь на принципы построения кадра, основные принципы монтажа. Для успешного выполнения задания необходимо соблюдать следующие рекомендации:

- видео должно содержать не менее 20 планов;
- подготовить раскадровку;
- подготовить проектное предложение;

- подготовить сценарий для человека в кадре;
  - длительность видео должна составлять от 1 до 2 мин.;
  - видео должно включать титры;
  - использовать принципы монтажа;
  - при использовании цитат должно быть соблюдено авторское право, а собранная информация должна быть правомерно использована;
  - в видео должны быть соблюдены правила журналистской этики;
  - не нарушать правило «180 градусов»;
  - использовать штатив при съёмке интервью;
  - снимать перебивки для интервью;
- материал должен содержать один стенд-ап.

#### Требования к самостоятельной работе студентов

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Основы видеосъемки» являются:

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде решения выполнения типовых проектов дисциплины;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

### **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

Практические и семинарские занятия.

Работа на практических занятиях подразумевает активное обсуждение изучаемого материала, разбор работ других студентов, выполнение практических заданий по заданию преподавателю.

Самостоятельная работа.

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде отработки навыков видеосъемки по заданиям преподавателя;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

## 8.Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Основы операторской работы.	ОПК-6	Практическое задание
Тема 2. Нелинейный аудио- и видеомонтаж.	ОПК-6	Практическое задание
Тема 2. Технология создания мультимедийного продукта.	ОПК-6	Практическое задание

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

#### Вопросы к теме 1

1. Что такое динамический диапазон камеры?
2. Как выбрать нужные значения экспозиции при видеосъемке?
3. Как правильно выставить баланс белого при видеосъемке?
4. Как делятся планы по крупности?
5. Какие типы ракурсов камеры вы знаете?
6. Какие типы движения камеры вы знаете?
7. Особенности построения композиции при видеосъемке.
8. Что такое освещённость?
9. Какие виды освещения вы знаете?

### **Вопросы к теме 2**

1. Что такое монтаж?
2. Что такое нелинейный монтаж
3. Что такое линейный монтаж?
4. Десять принципов монтажа.
5. Виды монтажа.
6. Основные принципы монтажа звука.
7. Категории звуков.

### **Вопросы к теме 3**

1. Какие программы используют для обработки фотографий?
2. Какие программы используют для монтажа видео?
3. Какие программы используют для монтажа звука?
4. Какие программы входят в пакет Adobe Master Collection?

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Фокусное расстояние.
2. Выдержка.
3. Диафрагма.
4. Понятие об ISO.
5. Виды и жанры видеосъемки.
6. Правила построения композиции в видеосъемке.
7. Динамический диапазон камеры.
8. Выбор экспозиции при видеосъемке.
9. Особенности цифровой съемки.
10. Особенности выставления баланса белого при видеосъемке.
11. Классификация планов по крупности.
12. Типы ракурсов камеры.
13. Типы движения камеры.
14. Принципы построения композиции при видеосъемке.
15. Освещенность.
16. Виды освещения.
17. Понятие монтажа.
18. Нелинейный монтаж.
19. Линейный монтаж.
20. Принципы монтажа.
21. Виды монтажа.
22. Основные принципы монтажа звука.
23. Категории звуков.
24. Программное обеспечение для обработки фотографий.
25. Программное обеспечение для монтажа видео.
26. Программное обеспечение для монтажа звука.
27. Комплексное решение для создания мультимедийного продукта на примере пакета Adobe.

## **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература**

1. Крупина, Н. Н. Основы визуализации коммерческой идеи : учебное пособие / Н. Н. Крупина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 165 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014960-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013021>. – Режим доступа: по подписке.

## Дополнительная литература

1. Брейтман, А. С. Основы экранной культуры: Учебное пособие / Брейтман А.С. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 112 с.ISBN 978-5-16-105855-8 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910751>. – Режим доступа: по подписке.
2. Куркова, Н.С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учеб. пособие по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества» / Н.С. Куркова. - Кемерово : КемГИК, 2016. - 235 с. - ISBN 978-5-8154-0356-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041685>. – Режим доступа: по подписке.
3. Моуат, Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство / Джон Моуат ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-96142-572-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078483>. – Режим доступа: по подписке.
4. Рекомендации по обработке и созданию цифрового видео учебного назначения на видеохостинге Youtube. - Текст : электронный // Журнал педагогических исследований. - 2018. - №4. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003692>.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Мастер-классы фотосъемке»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Мастер-классы по фотосъемке».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Мастер-классы по фотосъемке».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с фотоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы фотосъемки.

1. Обучить бакалавров правилам построения композиции в фотосъемке.
2. Сформировать навыки использования правил и принципов фотосъемки.
3. Сформировать навыки работы с фотооборудованием;
4. Сориентировать бакалавров в современном техническом обеспечении для создания и обработки фотоматериалов;
5. Сформировать навыки создания и анализа собственных творческих материалов для разных видов СМК с учётом их специфики и с использованием современных технологий.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки фотоформации.  <b>Уметь:</b> - самостоятельно осваивать новые приемы и способы фотосъемки, переходить на новое программное обеспечение, фотооборудование.  <b>Владеть:</b> - методами использования фототехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-классы по фотосъемке» является факультативом по выбору.

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	История фотографии	Свойства света. История открытия фотографии. Фотография сегодня. Цифровая фотография
2	Работа с фотоаппаратом	Основные части и устройство фотоаппарата Определение экспозиции. Первая съемка
3	Выразительные средства	Композиция. Перспектива. Ракурс. Светотень. Смысловой центр. Колорит. Точка и момент съемки. Контрасты. Освещение
4	Фотожанры	Пейзаж и архитектура. Портрет. Репортаж. Спортивный. Фото натюрморт. Фотоэтюд. Специальные виды съемки
5	Работа с программами по обработке фотографий	Основы компьютерной графики Программа AdobePhotoshop

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Не предусмотрены учебным планом.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

**Тема 1: История фотографии.**

История открытия фотографии. Фотография сегодня. Цифровая фотография. Владеть практическими навыками выразительного использования света. Ориентироваться в широком многообразии цифровой фотографии. Объяснять отличия черно-белой фотографии и цифровой.

**Тема 2: Работа с фотоаппаратом.**

Основные части и устройство фотоаппарата. Определение экспозиции. Первая съемка. Называть основные части фотоаппарата. Определять экспозицию. Приобретать представление об основах съемки.

**Тема 3: Выразительные средства.**

Композиция. Перспектива. Ракурс. Светотень. Смысловый центр. Колорит. Точка и момент съемки. Контрасты. Освещение. Называть и давать характеристики основным видам выразительных средств. Развивать композиционные навыки. Иметь представление о составлении композиции, выбирать ракурс и освещение.

**Тема 4: Фото жанры**

Пейзаж и архитектура. Портрет. Репортаж. Спортивный. Фото натюрморт. Фотоэтюд. Специальные виды съемки. Характеризовать основные жанры фотосъемки. Уметь определять жанр фотосъемки. Приобретать навыки в процессе создания творческой работы в определенном жанре.

**Тема 5: Работа с программами по обработке фотографий**

Основы компьютерной графики. Программа AdobePhotoshop: Иметь представление о компьютерных программах при обработке фотографий. Приобретать навыки работы в программе AdobePhotoshop.

Требования к самостоятельной работе студентов

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Основы фотосъемки» являются:

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде решения выполнения типовых проектов дисциплины;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

Практические и семинарские занятия.

Работа на практических занятиях подразумевает активное обсуждение изучаемого материала, разбор работ других студентов, выполнение практических заданий по заданию преподавателю.

Практические занятия по фотосъемке. Знакомство со студийным оборудованием, основные световые схемы.

Практика по обработке изображений в программах Lightroom и Photoshop.

Самостоятельная работа.

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде отработки навыков фотосъемки по заданиям преподавателя;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
История фотографии	ОПК-6	Практическое задание
Работа с фотоаппаратом	ОПК-6	Практическое задание
Выразительные средства	ОПК-6	Практическое задание
Фотожанры	ОПК-6	Практическое задание
Работа с программами по обработке фотографий	ОПК-6	Практическое задание

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Примерный перечень вопросов итоговой аттестации (тестирование)

1. RAW (формат) данных, содержащий:

- информацию о настройках и параметрах камеры
- сжатые (с потерями или без потерь) данные
- необработанные (минимально обработанные) данные

2. При помощи каких основных настроек можно регулировать степень яркости получаемых фотографий (более светлые или более темные снимки)?

- диафрагма, выдержка, баланс белого
- выдержка, диафрагма, ISO
- выдержка, ISO, баланс белого
- диафрагма, выдержка, ISO, баланс белого

3. Определите жанр (направление) фотографии

- жанровый портрет
- студийный портрет
- рекламная фотография
- групповой портрет

4. В каком режиме съемки фотограф может задать значение диафрагмы, а фотоаппарат подбирает подходящее значение выдержки?

- программный режим
- мануальный режим
- режим приоритета выдержки
- режим приоритета диафрагмы

5. В чем измеряется значение выдержки?

- в относительных величинах
- в единицах светопроходимости
- в долях секунды и секундах
- в миллиметрах

6. Какое значение диафрагмы дает эффект световых звезд при ночной фотосъемки:

- F22
- F8
- F11
- F5.7.

Что представляет собой диафрагма?

- отверстие, на которое открывается механизм объектива, и через которое свет попадает внутрь фотоаппарата
- специальный механизм, регулирующий время, за которое световой поток проходит внутрь фотоаппарата
- характеристика светочувствительности матрицы фотоаппарата
- диаметр передней линзы объектива

8. 2 фотографии сняты с разными значениями диафрагмы. Одна из них — со значением f2.8, другая — со значением f13. Какая из фотографий с какой диафрагмой снята и какая из них имеет меньшую глубину резкости?

- Фотография 1 (портрет) снята с диафрагмой F13, у нее меньшая ГРИП
- Фотография 2 (пейзаж) снята с диафрагмой F13, у нее меньшая ГРИП
- Фотография 1 (портрет) снята с диафрагмой F2.8, у нее меньшая ГРИП
- Фотография 2 (пейзаж) снята с диафрагмой F2.8, у нее меньшая ГРИП

9. «Правило третей» используется для:

- Экспозиционных расчетов
- Построения световых схем
- Композиции кадра

10. Выберите наименьшее из значений чувствительности матрицы фотокамеры (ISO)

- 3200
- 400
- 200
- 800.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Виды и жанры фотографии.
2. Когда и кем была изобретена фотография?
3. Первые фотокамеры.
4. Известные фотографы/фотохудожники.
5. Устройство и принцип действия фотокамер.
6. Виды фотокамер.
7. Технические характеристики и режимы работы фотокамер.
8. Уход за техникой, и ее характеристики.
9. Режимы работы фотокамер.
10. Форматы изображений, различия аналоговой и цифровой фотографии.
11. Типы и виды объективов.
12. Аксессуары для фотосъемки.
13. Теория композиций. Правила построения композиции в фотографии.
14. 2. Фокусное расстояние.
15. 2. Выдержка.
16. 3. Диафрагма.

17. 4. Понятие об ISO.
18. Требования к выбору экспозиции.
19. Инструменты балансировки «белого», настройки четкости, контраста, яркости и насыщенности.
20. Программы по обработке фотографий. Их отличия и особенности.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Крупина, Н. Н. Основы визуализации коммерческой идеи : учебное пособие / Н. Н. Крупина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 165 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014960-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013021>. – Режим доступа: по подписке.
2. Левкина, А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 295 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013790-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864069>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Газаров, А. Ю. Мобильная фотография : пособие / А.Ю. Газаров. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 221 с. - ISBN 978-5-16-108163-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кравченко, Л. В. Photoshop шаг за шагом. Практикум : учебное пособие / Л.В. Кравченко, С.И. Кравченко. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-519-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1735804>– Режим доступа: по подписке.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-  
шего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила  
Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Медиарилейшнз в бизнесе»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Медиарилейшнз в бизнесе»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Медиарилейшнз в бизнесе».

Цель дисциплины: ознакомление студентов с основами теории и технологий медиарилейшнз, применяемых в бизнесе.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> - основные тенденции развития общественных и государственных институтов. <b>Уметь:</b> - использовать результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. <b>Владеть:</b> - навыками выявления причинно-следственных связей в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиарилейшнз в бизнесе» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий. Для очной формы обучения объем контактной работы составляет 38 часов, объем самостоятельной работы – 106 часов.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Медиарилейшенз в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Базовые понятия медиарилейшнз. Создание медийного образа организации. Оптимальная информационная среда субъекта, позитивное общественное мнение о субъекте, эффективное и регулярное паблицити как результаты эффективной работы со СМИ. Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшнз. Медиарилейшнз как управление информацией. Обязательные формы медиарилейшнз (система регулярного информирования СМИ, мероприятия для журналистов, мониторинг СМИ, подготовка выступлений представителей, корпоративные СМИ)
2	Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями	Основные понятия: коммуникатор, аудитория, эффективность масс-медиа. Современный медиарынок: структура, принципы управления и организации. Политическая ориентация и экономическая специфика деятельности конкретных медиа. Типология медиа. Группы классификационных признаков: особенности целей и задач, особенности аудитории, специфика распространения, количественные характеристики, особенности информационной политики. Особенности работы с различными СМИ.
3	Инструменты медиарилейшнз	Как организовать мероприятие для журналистов. Типология ивентов для

		<p>прессы. Особенности взаимодействия онлайн. Блоггеры. Построение связей с журналистами, перспективы и ограничения. Новость в медиарилейшнз. Информационный повод. Способы направления информационных потоков. Информационное сегментирование, информационное ускорение, дезинформация, информационное давление, информационный шум.</p>
4	Принципы работы	<p>Создание повестки дня. Как бороться с негативизмом СМИ. Популизм, стереотипизация, создание идеалов, снятие защиты, смещение акцентов, «пробный шар», изменение масштабов, канализация негативных эмоций, символизация как приемы информационного воздействия и управления в медиарилейшнз. Формирование журналистского сообщества. Медиарилейшнз: этический аспект.</p>
5	Подготовка материалов для СМИ	<p>Особенности планирования и создания пресс-релиза. Типология, разнообразие, основные принципы. Фигура автора пресс-релиза. Необходимый и достаточный хронометраж для производства пресс-релиза. Особенности выпуска пресс-релиза в кризисной ситуации для бренда. Критерии обращения к коммуникационному агентству и традиция создания пресс-релиза внутри компании. Лучшие образцы</p>
6	Кризисный медиарилейшнз	<p>Режим работы с медиа во время кризиса. Возможности и ограничения внешнего воздействия, и значение личных связей. Основная фигура в медиарилейшнз во время кризиса. Психологические особенности журналиста, которые необходимо учесть для организации эффективных связей с медиа. Кризисный тайм-менеджмент.</p>

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Медиарилейшенз в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций*

Базовые понятия медиарилейшнз. Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшнз. Медиарилейшнз как управление информацией.

*Тема 2. Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями*

Основные понятия: коммуникатор, аудитория, эффективность масс-медиа. Современный медиарынок: структура, принципы управления и организации. Типология медиа. Группы классификационных признаков

### *Тема 3. Инструменты медиарилейшнз*

Построение связей с журналистами, перспективы и ограничения. Особенности взаимодействия онлайн. Блоггеры. Новость в медиарилейшнз. Информационный повод. Способы направления информационных потоков. Информационное сегментирование, информационное ускорение, дезинформация, информационное давление, информационный шум.

### *Тема 4. Принципы работы*

Создание повестки дня. Как бороться с негативизмом СМИ. Формирование журналистского сообщества. Медиарилейшнз: этический аспект.

### *Тема 5. Подготовка материалов для СМИ*

Особенности планирования и создания пресс-релиза. Типология, разнообразие, основные принципы. Фигура автора пресс-релиза. Критерии обращения к коммуникационному агентству и традиция создания пресс-релиза внутри компании. Лучшие образцы.

### *Тема 6. Кризисный медиарилейшнз*

Режим работы с медиа во время кризиса. Возможности и ограничения внешнего воздействия, и значение личных связей. Кризисный тайм-менеджмент.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

### **Тема 1. Создание медийного образа организации**

Оптимальная информационная среда субъекта, позитивное общественное мнение о субъекте, эффективное и регулярное паблисити как результаты эффективной работы со СМИ. Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшнз.

### **Тема 2. Обязательные формы медиарилейшнз**

Система регулярного информирования СМИ, мероприятия для журналистов, мониторинг СМИ, подготовка выступлений представителей, корпоративные СМИ.

### **Тема 3. Современный медиарынок**

Структура, принципы управления и организации. Политическая ориентация и экономическая специфика деятельности конкретных медиа

### **Тема 4. Типология медиа**

Традиционные и новые медиа (Интернет-СМИ, социальные сети, подкастинг, блогосфера, мобильное телевидение, кино-сайты, виртуальные игровые сообщества). Классификация по различным признакам (по способу коммуникации, по виду восприятия информации, по объему аудитории, по тематике контента, по виду и характеру деятельности)

### **Тема 5. Мероприятия для СМИ**

Определение целей мероприятия. Выбор аудитории. Типология ивентов. Построение сценария. Бюджет ивента. Правила проведения. Оценка эффективности.

### **Тема 6. Новость в медиарилейшнз**

Информационный повод. Новость-факт, новость-событие, новость-цитата. Способы направления информационных потоков.

Новизна, масштаб, эмоциональное восприятие. Наличие героя, яркость события, однозначность интерпретации.

### **Тема 7. Управление информационным потоком.**

Создание повестки дня. Agenda-setting theory. Смещение фокуса. Акцентирование на успехах. Канализация негативных эмоций аудитории.

### **Тема 8. Формирование журналистского сообщества**

Пресс-пул или медиа-пул. Организация процессов. Значимость. Методы формирования лояльности. Принципы взаимодействия.

### **Тема 9. Подготовка материалов для СМИ.**

Виды материалов. Правила подбора контента. Этический аспект. Юридический аспект. Корпоративная этика.

### **Тема 10. Пресс-релиз**

Создание, основные принципы, требования. Типология, разнообразие. Использование современных цифровых инструментов.

### **Тема 11. Кризис и взаимодействие со СМИ**

Принципы кризисного медиарилейшенз. Этические аспекты информирования. Психологические аспекты подачи информации.

#### Требования к самостоятельной работе студентов

№	Темы дисциплины	Задания для самостоятельной работы	Форма отчета
1.	Медиарилейшенз в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Словарь основных понятий	Конспект
2	Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями	Создания сценария ивента для СМИ	Презентация сценария
3	Инструменты медиарилейшенз	Подобрать примеры информационных поводов	Презентация
4	Принципы работы	Рассмотреть подачу материалов в СМИ с точки зрения этичности, привести примеры	Устный ответ
5	Подготовка материалов для СМИ	Подготовить пресс-релиз по выбранной тематике	Пресс-релиз
6	Кризисный медиарилейшенз	Создать план взаимодействия со СМИ в ситуации кризиса	Презентация

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консульта-

ции, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
1. Медиарилейшенз в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	ОПК-2	Конспект
2. Технологии взаимодействия с целевыми аудиториями	ОПК-2	Презентация сценария
3. Инструменты медиарилейшнз	ОПК-2	Презентация
4. Принципы работы	ОПК-2	Устный ответ
5. Подготовка материалов для СМИ	ОПК-2	Пресс-релиз
6. Кризисный медиарилейшнз	ОПК-2	Презентация

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

Контрольное задание.

Контрольная работа.

Задания для контрольных работ:

Задание 1. Проанализировать:

- 1) как представлены разделы, посвященные деятельности пресс-служб на сайтах российских организаций различных типов (на выбор - государственная, коммерческая, общественная, финансовая);
- 2) как данные организации используют социальные сервисы (на примере одной организации).

Задание 2. Проанализировать 3 пресс-релиза (анонс события, новость, пост-релиз), подготовить собственный вариант одного из пресс-релизов.

Задание 3. Проанализировать 3-4 пресс-мероприятия (пресс-конференцию, брифинг, круглый стол, пресс-тур и др.).

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Форма контроля: зачет (в форме устного собеседования)

**Контрольное задание.**

*Примерный перечень вопросов к зачету:*

1. Роль информирования общественности в современном мире
2. Структуры по медиарилейшнз как элемент структуры массовых коммуникаций в современном обществе.
3. Информационная среда региона и факторы, влияющие на нее.
4. Нетрадиционные формы построения медиарилейшнз.
5. Взаимодействие власти, бизнеса и прессы в современной России
6. Варианты организационной структуры подразделения по медиарилейшнз.

7. Основные функции подразделения по медиарилейшнз (пресс-службы, пресс-центра, информационно-аналитического отдела).
8. Должностные обязанности специалиста по взаимодействию со СМИ.
9. Сегментирование информационного потока (манипулирование информацией).
10. Информационное партнерство, оптимизация формы и стиля подачи материала.
11. Специфика подготовки и проведения пресс-конференции.
12. Специфика подготовки и проведения пресс-тура.
13. Материалы для распространения в процессе организации новостных событий.
14. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.
15. Конфликт со СМИ: варианты действий.
16. Работа пресс-службы в кризисной ситуации.
17. Медиа-карта: содержание и порядок использования.
18. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации.
19. Драматургия информационной кампании.
20. Стратегия трансформации информационного пространства.
21. Типы пресс-релизов и требования к ним.
22. Медиарилейшнз: структура и содержание.
23. Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз.
24. Принципы работы со СМИ

#### **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низjestоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной	<i>Включает низjestоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и ил-	хорошо		71-85

	деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	люстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература**

1. Киреева, О. Ф. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О.Ф. Киреева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 166 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-111260-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1938084>. – Режим доступа: по подписке.
2. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347>. – Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература**

1. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/5722>. - ISBN 978-5-369-01485-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856787>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учебное пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2125000>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС

- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Методология социологических исследований»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук,  
профессор

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Методология социологических исследований».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Наименование дисциплины: «Методология социологических исследований»

Цель и задачи освоения дисциплины.

*Цель курса* – сформировать у студентов представление о методологических принципах и средствах методического обеспечения и организации социологического исследования для применения полученных знаний в практической деятельности, связанной с работой в области рекламы и связей с общественностью.

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.</p> <p>ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>	<p><b>Знать:</b>            Взаимосвязь между социологической теорией, методами сбора данных и прикладными задачами            Методологические основания социологического исследования, основные методы сбора и анализа социологической информации</p> <p><b>Уметь:</b>            Анализировать данные о социальных процессах и явлениях для выявления актуальных социальных проблем            Производить оценку и применять различные социологические методы в соответствии с исследовательской задачей, областью применения этих методов, выбранной теорией и в зависимости от особенностей целевой группы.            Самостоятельно формулировать цель и задачи социологического исследования</p> <p><b>Владеть:</b>            Представления результатов исследовательской и аналитической работы перед профессиональной и массовой аудиторией            Построения социологического инструментария            Поиском и реферированием профессиональной литературы (включая Интернет-ресурсы и зарубежную литературу)            Использованием информационных технологий и специализированных компьютерных программ для про-</p>

		ведения и обработки результатов социологического исследования Построением социологического инструментария
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть образовательной магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	<i>Модуль 1. Социологическое исследование в системе социологического знания</i>	<p>Сущность и функции социологического исследования. Эмпирическое исследование. История эмпирических исследований. Понятие научной и исследовательской парадигмы. Соотношение парадигмы и теории. Критерии научности. Научные принципы и этика проведения социологического исследования. Методология, методика, метод: соотношение понятий. Качественная и количественная методология. Основные этапы социологического исследования. Методы социологического исследования: краткая характеристика.</p> <p>Виды социологического исследования: особенности разработки и реализации. Фундаментальные и прикладные; точечные и повторные (панельные, лонгитюдные, трендовые) исследования. Мониторинг как разновидность повторного исследования. Пилотажные (разведывательные); описательные и аналитические; выборочные и сплошные исследования.</p>
2	<i>Модуль 2. Логика и организация социологического исследования</i>	<p>Программа социологического исследования Логика проведения социологического исследования. Программа исследования: структура, функции, требования к разработке.</p> <p>Вводная часть программы социологического исследования. Социальная и социологическая проблема, проблемная ситуация. Критерии выявления социальных проблем. Постановка целей и задач исследования. Определение объекта</p>

		<p>и предмета исследования. Понятие теоретического и эмпирического объекта. Обоснование эмпирических основ исследования, выбор методов сбора, обобщения и анализа данных.</p> <p>Концепция социологического исследования. Выбор теоретических основ исследования: взаимосвязь между социологической теорией и социальной практикой. Построение концепции (замысла) исследования. Концептуализация и операционализация понятий. Переменные в социологическом исследовании. Выдвижение гипотез. Понятие социального показателя и индикатора.</p> <p>Аналитическая часть программы социологического исследования. Полевой этап: специфика организации и типичные трудности проведения. Обработка и анализ первичных социологических данных.</p>
3	<p><i>Модуль 3. Методы социологического исследования</i></p>	<p>Опросные методы в качественном исследовании</p> <p>Интервью в качественном исследовании: область применения, познавательные возможности и недостатки. Виды интервью. Глубинное интервью: задачи, логика проведения. Нарратив как разновидность интервью в качественной социологии: особенности проведения и анализа. Критерии валидности нарратива. Транскрибирование. Биографический метод.</p> <p>Фокус-групповое исследование и особенности его применения. Понятие фокус-группы. Методологические принципы организации фокус-групп. Правила проведения, структура, материальное и техническое обеспечение. Типы респондентов и модераторов. Фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Групповая динамика при организации фокус-группы.</p> <p>Неопросные методы в качественной социологии</p> <p>Наблюдение в качественной социологии. Виды наблюдения. Этнографический метод в социологии. Планирование наблюдения, основные подходы к организации. Проблема доступа. Правила проведения. Категоризация и кодирование. Особенности включенного наблюдения. Репертуар ролей исследователя. Проблема анализа и интерпретации.</p> <p>Анализ документов. Традиционный анализ документов. Объекты анализа. Внешний и внутренний анализ.</p> <p>Проективные методики в социологическом исследовании. Теоретические основания, познавательные возможности, ограничения. Классификация проективных методик. Кейс-стади как стратегия исследования Понятие кейс-стади (case-study): исследование случая. Кейс-стади как исследовательская стратегия и метод сбора данных. Два подхода к пониманию кейс-стади. Примеры кейс-стади в социологии и социальной антропологии. Выбор объекта исследования. Методологические правила и специфика организации кейс-стади. Разновидности кейс-стади: монографическое исследование, межобъектный (сквозной) анализ случая.</p>
	<p><i>Тема 4. Анализ и представление результатов со-</i></p>	<p>Анализ данных в качественном исследовании. Обоснованная теория</p> <p>Специфика анализа данных в качественном исследова-</p>

<p><i>циологического исследования</i></p>		<p>нии. Выбор стратегии анализа. Проблема интерпретации полученной информации, влияние исследователя на результаты анализа. Подготовка данных к анализу: транскрибирование/первичный анализ записей наблюдения/анализ визуальной информации. Интерпретация невербальной составляющей.</p> <p>Анализ данных качественного социологического исследования</p> <p>Подготовка качественных социологических данных к обработке и анализу.</p> <p>Специфика анализа данных в качественном социологическом исследовании.</p> <p>Виды и особенности специализированных компьютерных программ, применяемых для анализа качественных данных.</p> <p>Интерпретация результатов качественного социологического исследования.</p>
---	--	---

## **6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:**

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Социологическое исследование в системе социологического знания*

*Тема 2. Логика и организация социологического исследования*

*Тема 3. Методы социологического исследования*

*Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования*

### **Рекомендуемая тематика *практических* занятий**

*Тема 1. Насколько хорошо люди распознают ложь? Участники рассказывают контрольной группе о себе, притом некоторые факты будут достоверными, а некоторые — ложью. Необходимо опросить членов группы, что они считают правдой, а что — вымыслом. Сравните результаты. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 2. Соберите побольше разнообразной рекламы и проанализируйте, какие методы убеждения в ней используются: познавательные или эмоциональные. Определите что такое познавательные и эмоциональные методы убеждения. Определите, какой вид рекламы будет исследоваться: теле-, радио-, интернет реклама. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 3. Как люди реагируют на нарушение социальных норм? Группа разыгрывает поведение, нарушающее общепринятые рамки. Можно надеть необычную одежду, неуместно поприветствовать аудиторию в конце лекции или продемонстрировать еще какое-нибудь безобидное несоответствующее поведение. Какие собственные мысли и реакции, проводя такой эксперимент вы зафиксировали? Какая реакция окружающих людей последовала на нарушение социальных норм? Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 4. Виртуальное общение в социальных сетях с большей вероятностью сближает людей, нежели реальное? Создайте анкетный опрос, чтобы оценить соотношение времени, проводимого людьми в социальных сетях со временем живого взаимодействия с друзьями. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

### **Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)**

Не предусмотрены.

### **Требования к самостоятельной работе студентов**

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по всем темам курса.*

*Работа с текстами первоисточников, предусматривающая составление конспекта и собственных комментариев в соответствии с заданием преподавателя.*

*Выполнение домашнего задания, предусматривающего подготовку доклада, представляемого на практических занятиях: темы предлагаются преподавателем с учетом пожеланий студента и в соответствии с вопросами практического занятия.*

*Подготовка презентации с защитой на практическом занятии.*

*Разработка групповых проектов с презентацией на практическом занятии.*

*Работа с базами документов по природному и культурному наследию с целью выявления определенных объектов, анализа и применения в решении профессиональных задач, в создании тематических медиа- и коммуникационных продуктов.*

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
<i>Тема 1. Социологическое исследование в системе социологического знания</i>	ПК-4	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 2. Логика и организация социологического исследования</i>	ПК-4	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 3. Методы социологического исследования</i>	ПК-4	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования</i>	ПК-4	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля**

1. Раскройте содержание программы социологического исследования.
2. Дайте определение понятиям: верификация, репрезентативность, валидность.
3. Классифицируйте виды социологического исследования в соответствии с параметрами масштаба и сложностью решаемых задач.
4. В чем заключается специфика интервьюирования как вида социологического опроса?
5. Раскройте содержание основных этапов проведения социологического исследования.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

*Например,*

Основы проектирования социологического исследования (цели и задачи исследования, программа исследования).

2. Гипотезы в социологическом исследовании: виды гипотез, основные требования к формулировке гипотез.
3. Метод включенного наблюдения: виды, роли наблюдателя, преимущества и ограничения.
4. Эксперимент в социальных науках. Виды эксперимента. Основные принципы экспериментирования в социальных науках.
5. Массовые опросы в социологии. Истоки, определение и типы опросов.
6. Интервью как метод сбора социологической информации (виды интервью;

преимущества и недостатки; этапы проведения, виды интервью; эффект интервьюера; способы контроля качества интервью).

7. Общие правила конструирования опросников. Требования к формулировке вопросов.

8. "Сензитивные" вопросы в массовом опросе: конструирование вопросов, техники опроса.

9. Логика проверки гипотез в массовом опросе.

10. Качество измерения (надежность и валидность измерения).

11. Социологические индексы и шкалы: классификации шкал и моделей шкалирования.

12. Основные социологические шкалы установок: сравнительная характеристика, подходы к конструированию.

13. Выборочный метод: основные понятия выборочного метода. Единицы отбора и стадии (фазы) отбора.

14. Основа выборки: виды, подходы к составлению. Типы вероятностных выборок и процедуры их построения. Примеры планирования выборок. Оценка ошибки выборки.

15. Коэффициенты корреляции (формула, вид измеряемой связи, тип используемых шкал, роль в социологии).

16. Одномерный и двумерный анализ: табулирование и представление данных.

17. Таблица сопряженности как инструмент анализа взаимосвязи.

18. Регрессионный анализ социологических данных.

19. Использование факторного анализа в социологии: возможности и ограничения.

20. Качественные методы в социологии: цели их использования, области применения, разные основания классификации качественных методов, характеристика отдельных методов (глубинное интервью, биографический метод, фокус-группы).

21. Кластерный анализ в социологии: возможности, ограничения, основные алгоритмы).

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85

	сти, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы				
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

#### Основная литература:

1. Волков, Ю. Е. Социология : учебное пособие для магистрантов / Ю. Е. Волков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 396 с. - ISBN 978-5-394-03531-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093172> – Режим доступа: по подписке.
2. Добренъков, В. И. Социология : учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 624 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003522-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1930704>. – Режим доступа: по подписке.
3. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-394-03248-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> – Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Вертакова, Ю. В. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. — М. : КноРус, 2012.
2. Готлив, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учебное пособие / А. С. Готлив. — 3-е изд., стер. — М. : Флинта, 2014.
3. Гусева, Ж. И. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ж. И. Гусева, Е. С. Вологодина. — Комсомольск-на-Амуре, 2012.
4. Дудина, В. И. Методология и методы социологического исследования: Учебник / Дудина В.И., Смирнова Е.Э. - СПб:СПбГУ, 2014. - 388 с.: ISBN 978-5-288-05537-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/940854> – Режим доступа: по подписке.
5. Епархина, О. В. Математические методы обработки и анализа социологических данных : учебное пособие / О. В. Епархина. — Ярославль, 2007.
6. Киселева, Л. М. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие / А. М. Киселева. - Омск, 2014.
7. Кравченко, Л. И. История отечественной социологии / А. И. Кравченко. — М., 2005.
8. Лавриненко, В. Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. Н. Путилова. — 3-е изд. — М., 2014.
9. Лукина, М. Технология интервью : учебное пособие / М. Лукина. — 2-е изд. — М., 2008.

10. Мельникова, О. Т Фокус-группы: методы, методология, модерирование / О. Т. Мельникова. — М., 2007.
11. Рой, О. М. Исследование социально-экономических и политических процессов : практикум / О. М. Рой, А. М. Киселева. СПб. : Питер, 2007.
12. Рахманова, Ю. В. Социологическое исследование: методология, методика, техника : учебное пособие / Ю. В. Рахманова. — СПб. : Изд-во РГПУ, 2005.
13. Солнышкина, М. Г. Исследование социально-экономических и политических процессов : конспект лекций / М. Г. Солнышкина. — М. : Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2012.
14. Тавокин, Е. П. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. П. Тавокин. — 2-е изд. — М., 2014.
15. Толстова, Ю. Н. Измерение в социологии : учебное пособие / Ю. Н. Толстова. — М., 2007.
16. Феннето, Э. Интервью и опросник: формы, процедуры, результаты / Э. Феннето. — СПб., 2004.
17. Хакимова, Е. А. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. А. Хакимова. — Челябинск, 2010.
18. Хубулов, Г. Д. Методы социологических исследований : учебное пособие / Г. Д. Хубулов. — Мичуринск, 2006
19. Ядов, В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций : курс лекций / В. А. Ядов. — СПб., 2009.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обу-

чения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Организация работы пиар-структуры»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** к.ф.н., доцент Сивкова А.В., старший преподаватель Струкова Е. М.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Организация работы пиар-структуры»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Организация работы пиар-структуры».

Целью освоения дисциплины «Организация работы пиар-структуры» — получение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации работы отдела пресс-службы и отделов по связям с общественностью:

- формирование представления о функциях, задачах, статусе и структуре отделов пресс-службы и отделов по связям с общественностью;
- освоение основных методов и приемов организации работы отделов пресс-службы и отделов по связям с общественностью;
- приобретение навыков планирования и оценки эффективности работы пресс-службы и отделов по связям с общественностью в коммерческих и некоммерческих сферах.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом	ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда. ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями. ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.	<b>Знать:</b> особенности профессиональной деятельности специалиста в отделе пресс-службы и связей с общественностью. <b>Уметь:</b> осуществлять профессиональные функции в подразделениях различного типа и подчинения. <b>Владеть:</b> навыками совместной работы с представителями других подразделений.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация работы пиар-структуры» представляет собой дисциплину обязательной части образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Целесообразность, функции и задачи пиар-отделов.	Современная корпорация как система. Организация: процесс, объект, свойство сложных систем. Виды формальных организаций: линейно-функциональный и матричный типы структуры. Взаимодействие формализованных и неформальных отношений в организационных рамках. Предпосылки и характеристики организованной деятельности с точки зрения ее эффективности: роль коммуникации. Целесообразность и задачи подразделения пресс-службы и отдела по связям с общественностью в структуре предприятия. Особенности функционирования, структура. Планирование и программирование работы подразделения, ее место в разработке общекорпоративной стратегии. Текущая (плановая) внеплановая (оперативная) деятельность пресс-службы и отдела по связям с общественностью. Формирование бюджета пресс-службы и отдела по связям с общественностью в организации.
2	Направления деятельности пиар-отделов.	Функциональный принцип построение отдела по связям с общественностью и пресс-службы. Профессии в сфере связей

		с общественностью. Направления деятельности. Исследовательский, творческий и производственный сегменты отдела по связям с общественностью. Организационная целесообразность и ключевые зоны ответственности корпоративного PR- подразделения.
3.	PR-служба в системе управления организацией.	Типичная структура отдела: базовые функциональные позиции. Линии подчинения штатных работников и проблема доступа к высшему руководству. Взаимодействие с маркетологами и PR-специалистами. Аутсорсинг PR-функций, его выгоды и ограничения. Отдел по связям с общественностью и пресс-служба в системе корпоративного менеджмента. Взаимодействие с отделами маркетинга, службой потребителей, кадров.
4.	Принципы построения и задачи PR-отдела.	Стратегическая природа PR-деятельности. Аналитическая, консультационная, коммуникативно-информационная работа: организация и исполнение. Задачи отдела по связям с общественностью в области поддержания общекорпоративной стратегии и тактики, создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Комментирование и интерпретация корпоративной (информационной) политики. Роль менеджера по связям со СМИ. Подготовка и распространение основных корпоративных PR-документов. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.
5.	Взаимоотношения PR-службы с другими подразделениями организации.	Виды PR-отделов. Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по связям с общественностью: сектор связей со СМИ, пресс-служба, сектор связей с правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями, сектор выставок и ярмарок, сектор специальных мероприятий, информационно-аналитический центр. PR-отдел в системе корпоративного менеджмента.
6.	Основные направления media relations. Ньюсмейкинг.	Мониторинг медиа-пространства. Выделение каналов продвижения компании. Работа с социальными медиа. Формирование имиджа компании в информационном пространстве. Информационный повод: поиск, создание и подача. Освещение событий и их интерпретация.

7.	Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты.	Мониторинг состояний информационной среды. Пресс-клиппинг: определение, цели, задачи, функции. Тематический пресс-клиппинг, мониторинг информации и пресс-досье. Медиа-досье: определение, функции, правила составления. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики системного анализа и организация рабочего места эксперта. Медиа-карта профильных СМИ. Суммарные рейтинги и индексы соответствия целевых СМИ. Построение рэнкера приоритетных медиа-носителей. Медиа-план, его контрольные показатели. Оформление результатов медиа-мониторинга.
8.	Взаимодействие с журналистами. Организация пресс-мероприятий.	Участие в профессиональных объединениях журналистов. Формирование лояльного пула. Методы формирования лояльности у представителей прессы. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий. Особенности проведения пресс-туров, пресс-конференций, брифингов.
9.	Организация и выпуск корпоративного издания.	Форма корпоративного издания и его задачи. Отбор и редактирование информационных материалов и малотиражных газет. Корпоративное издание как средство внутренней коммуникации. Спичрайтинг. Виртуальное корпоративное издание. Разработка и обновление корпоративного сайта в Интернете. Внутрикorporативные коммуникации.
10.	Типовые структуры и функции пиар-отделов.	Типовые структуры пресс-службы и отделов по связям с общественностью. Функции: рекламные, координационные, административные, финансовые. Должность координатора.
11.	Принципы оценки эффективности деятельности пиар-отделов.	Подходы к методологии оценки эффективности PR. Принципы и функции оценки PR. Постановка вопроса о коммуникационной эффективности PR-деятельности. Виды коммуникационной эффективности. Возможность экономической оценки эффективности в PR-деятельности. Методы социологической оценки эффективности в PR-деятельности. Место и функции методики оценки эффективности в рекламной деятельности.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Целесообразность, функции и задачи пиар-отделов.

Тема 2: Направления деятельности пиар-отделов.

Тема 3: PR-служба в системе управления организацией.

Тема 4: Принципы построения и задачи PR-отдела.

Тема 5: Взаимоотношения PR-службы с другими подразделениями организации.

Тема 6: Типовые структуры и функции пиар-отделов.

Тема 7: Принципы оценки эффективности деятельности пиар-отделов.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Основные направления media relations. Ньюсмейкинг.

Тема 2: Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты.

Тема 3: Взаимодействие с журналистами. Организация пресс-мероприятий.

Тема 4: Организация и выпуск корпоративного издания.

Требования к самостоятельной работе студентов:

1. Работа с теоретическим материалом, предусматривающая проработку литературы по каждой из тем с выполнением практической работы на занятиях.

2. Подготовка презентаций и докладов по темам курса.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Целесообразность, функции и задачи пиар-отделов	Описать различия формирования бюджета отдела по связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой структурах
2	Направления деятельности пиар-отделов	Схема «Средства формирования позитивного общественного мнения о деятельности организации»
3	PR-служба в системе управления организацией.	Составить схемы организации управления отделом по связям с общественностью в 3 разных компаниях.
4	Принципы построения и задачи PR-отдела.	Презентация (на выбор) «Пресс-служба в структуре организации» или «Отдел по связям с общественностью в структуре организации» на конкретном примере организации, представленной в нашем регионе.
5	Взаимоотношения PR-службы с другими подразделениями организации.	Составить план кризисного взаимодействия.
6	Основные направления media relations. Ньюсмейкинг.	Перечислить основные методы ньюсмейкинга на основе проактивного и реактивного подходов.
7	Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты.	Презентация «Медиа-досье». Составляется на основе реальных фактов и материалов.
8	Взаимодействие с журналистами. Организация пресс-мероприятий.	Составить план пресс-тура на предприятие (по выбору) в Калининградской области.

9	Организация и выпуск корпоративного издания.	На примере любого корпоративного издания описать технологический процесс создания печатного продукта.
10	Типовые структуры и функции пиар-отделов	Сопоставить разные типы организации отдела по связям с общественностью или пресс-службы.
11	Принципы оценки эффективности деятельности пиар-отделов.	Презентация «Оценка эффективности деятельности пресс-службы/отделов по связям с общественностью» на примере конкретной организации.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

**Лекционные занятия.**

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, 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.

**Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Целесообразность, функции и задачи пиар-отделов	ПК-3	опрос
Направления деятельности пиар-отделов	ПК-3	Письменная работа
PR-служба в системе управления организацией.	ПК-3	Письменная работа
Принципы построения и задачи PR-отдела.	ПК-3	Подготовка презентации
Взаимоотношения PR-службы с другими подразделениями организации.	ПК-3	Письменная работа
Основные направления media relations. Ньюсмейкинг.	ПК-3	Опрос
Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты.	ПК-3	Подготовка презентации
Взаимодействие с журналистами. Организация пресс-мероприятий.	ПК-3	Письменная работа
Организация и выпуск корпоративного издания.	ПК-3	Опрос
Типовые структуры и функции пиар-отделов	ПК-3	Письменная работа

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Принципы оценки эффективности деятельности пиар-отделов.	ПК-3	Подготовка презентации

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Список терминов

- Медиа-мониторинг
- Пресс-клиппинг
- Медиа-досье
- Медиа-карта
- Информационный повод

### Темы презентаций

1. Презентация «Список наиболее предпочтительных изданий и персоналий».
2. Презентация «Отдел связей с общественностью в структуре организации».
3. Презентация «Медиа-досье».
4. Презентация «Оценка эффективности деятельности отделов рекламы и связей с общественностью».

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

### Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Функции и задачи отделов по связям с общественностью.
2. Функции и задачи пресс-службы.
3. Направления деятельности отделов по связям с общественностью.
4. Пресс-служба в структуре отделов рекламы и связи с общественностью.
5. PR-отдел в системе управления организацией.
6. Принципы построения и задачи PR-отдела.
7. Взаимоотношения PR-отдела с другими подразделениями организации.
8. Основные направления media relations. Ньюсмейкинг.
9. Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты.
10. Организация пресс-мероприятий.
11. Организация и выпуск корпоративного издания.
12. Организация отдела рекламы на предприятии.
13. Типовые структуры и функции отделов рекламы.
14. Место отделов рекламы в структуре службы маркетинга предприятия.
15. Принципы оценки эффективности деятельности отделов рекламы и связи с общественностью.

## 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии	Пятибалльная шкала	Двухбалльная	БРС, % освоения

		оценки сформированности)	(академическая) оценка	ная шкала, зачет	(рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низшего уровня.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379> – Режим доступа: по подписке.
- Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921> – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>. – Режим доступа: по подписке.
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0615-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861003>. – Режим доступа: по подписке.
3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Организация и проведение пиар-кампаний»**

**Шифр: 42.03.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: Коммуникации в политике и бизнесе**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Мышанский Андрей Алексеевич, доцент.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Организация и проведение пиар-кампаний».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1.Наименование дисциплины: «Организация и проведение пиар-кампаний».

Цель освоения дисциплины – сформировать систематизированное представление об основах планирования PR-кампаний, PR-стратегиях предприятия и оценке коммуникационной и экономической эффективности кампаний.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Восприятие целей и функций команды УК-3.2. Восприятие функций и ролей членов команды, осознание собственной роли в команде УК-3.3. Выбор стратегии поведения в команде в зависимости от условий	<b>Знать:</b> -концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде; -особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/ взаимодействует, учитывает их в своей деятельности; -основные приемы и нормы социального взаимодействия. <b>Уметь:</b> - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; взаимодействовать с коллективом для обеспечения успешной работы; - реализовать себя внутри команды учитывать в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий. <b>Владеть:</b> - основами социального взаимодействия и командной работы; - навыками предвидения результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий;

		- психотехникой коммуникативного поведения.
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. ОПК-3.2 Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	<b>Знать:</b> - методы решения организационных, медийных и PR-проблем в ходе проведения PR-кампаний. <b>Уметь:</b> - создавать PR-тексты любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>Владеть:</b> - навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика).
ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом	ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда. ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями. ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.	<b>Знать:</b> - основные составляющие планирования, организации и проведения PR-кампаний; - методы решения организационных, медийных и PR-проблем в ходе проведения PR-кампаний. <b>Уметь:</b> - проводить кампании по связям с общественностью, специальные события, акции и мероприятия; - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; <b>Владеть:</b> - терминологическим аппаратом связей с общественностью и рекламы; - навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; - навыки работы с мультимедийными материалами.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Организация пиар-кампаний» является частью основной образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.3.02 «Реклама и связи с общественностью».

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
1	Сущность PR-кампании	Определение PR-кампании. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Определение понятия.
2	Подготовка кампании по связям с общественностью	Определение проблемы, анализ аудитории, выявление целевых групп общественности.
3	Планирование PR программ	Способы постановки целей и задач. Шестиэтапная модель планирования.
4	Основные мероприятия по связям с общественностью	Типология, особенности, различия в организации специальных мероприятий. Выставка, как одно из главных PR-мероприятий. Общее и различное в проведении рекламных и PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.
5	СМИ в рамках проведения кампаний по связям с общественностью	Коммуникация в рамках PR-кампании. Коммуникационный аудит: определение и сущность.

#### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1.* Сущность PR-кампании.

*Тема 2.* Подготовка кампании по связям с общественностью.

*Тема 3.* Планирование PR программ.

*Тема 4.* Основные мероприятия по связям с общественностью.

*Тема 5.* СМИ в рамках проведения кампаний по связям с общественностью.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
-------	--	-------------------------

1	Сущность PR-кампании	Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Определение понятия. PR, как специализированная функция управления.
2	Подготовка кампании по связям с общественностью	Основные этапы подготовки PR-кампании: определение проблемы, SWOT-анализ, основные методы исследования, используемые в сфере PR. Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности.
3	Планирование PR программ	Способы постановки целей и задач. Основные цели проведения кампаний по связям с общественностью. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании: анализ ситуации; определение целей; определение категорий общественности; выбор СМИ и методов работы с ними; планирование бюджета; анализ результатов.
4	Основные мероприятия по связям с общественностью	Основные тип мероприятий, особенности и различия в их организации. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Выставка, как одно из главных PR-мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия. Общее и различное в проведении рекламных и PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.
5	СМИ в рамках проведения кампаний по связям с общественностью	Использование средств массовой информации в рамках PR-кампании: типология, особенности. Особенности коммуникация в рамках PR-кампании. Коммуникационный аудит: определение и сущность. Формы и методы взаимодействия PR-специалистов со СМИ в рамках проведения кампании по связям с общественностью.

Требования к *самостоятельной* работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины, выдаются на практических занятиях.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### Лекционные занятия

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.

### Практические и семинарские занятия

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

## Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Сущность PR-кампании	УК-3; ОПК-3; ПК-3	Устный опрос
Подготовка кампании по связям с общественностью	УК-3; ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
Планирование PR программ	УК-3; ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
Основные мероприятия по связям с общественностью	УК-3; ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
СМИ в рамках проведения кампаний по связям с общественностью	УК-3; ОПК-3; ПК-3	Проектная работа

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

*Типовые задания практических, контрольных работ и проектов:*

Вопросы для текущего контроля:

1. Дискуссия об определении «Комплексная PR-кампания»
2. Место и роль PR-кампании в структуре PR.
3. PR как функция управление.
4. Предмет организации кампании в сфере связей с общественностью.
5. Роль СМИ в PR-деятельности.
6. Аутсорсинг в PR: перспективы развития.
7. Рынок PR-услуг России.
8. Особенности профессиональной подготовки специалистов в США, Европе и России.
9. Роль планирования программы действий PR-кампании.
10. Цели и задачи PR-кампании: способы постановки.
11. Шестиэтапная модель планирования
12. Какими способами возможна постановка и целей, и задач PR-кампании?

13. Сущность, содержание, цели и задачи кампании в сфере связей с общественностью.
14. Основные этапы подготовки PR-кампании.
15. Основные этапы проведения PR-кампании.
16. Опрос общественного мнения, его роль в структуре PR.
17. Особенности экономической PR-кампании.
18. Особенности политической PR-кампании.
19. Механизмы выбора СМИ для проведения PR-кампании.
20. Методы работы со СМИ в рамках PR-кампании.
21. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.
22. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании.
23. Целевая аудитория в PR-кампании.
24. Этапы подготовки и участия в выставке/ярмарке.
25. Определение проблемы.
26. Оценка эффективности PR-кампании.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

*Примерный перечень вопросов к зачету:*

1. Место и роль PR-кампаний в структуре PR.
2. Сущность, содержание, цели и задачи кампании в сфере связей с общественностью.
3. Основные этапы подготовки PR-кампании.
4. Основные этапы проведения PR-кампании.
5. Опрос общественного мнения, его роль в структуре PR.
6. Особенности экономической PR-кампании.
7. Особенности политической PR-кампании.
8. Механизмы выбора СМИ для проведения PR-кампании.
9. Методы работы со СМИ в рамках PR-кампании.
10. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.
11. Шестиэтапная модель планирования PR-кампании.
12. Целевая аудитория в PR-кампании.
13. Этапы подготовки и участия в выставке/ярмарке.
14. Определение проблемы.
15. Оценка эффективности PR-кампании.
16. Основные этапы подготовки кампаний в сфере связей с общественностью.
17. Виды избирательных стратегий.
18. Виды источников информации и методы ее сбора.
19. Способы проведения исследования СМИ.
20. Специальные события при организации и проведении кампаний в области связей с общественностью.
21. Заключительный этап проведения кампании в сфере связей с общественностью.
22. Сходства и различия рекламных кампаний от кампаний в сфере связей с общественностью.
23. Группы PR-средств, использующиеся в кампаниях в сфере связей с общественностью.
24. Основные задачи кампании в области связей с общественностью в различных сферах общественной жизни.
25. Методы сбора и анализ информации в ПР.

#### **1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная литература**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>. – Режим доступа: по подписке.
2. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> - Режим доступа: по подписке.
3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2062428>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195622>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082442>. – Режим доступа: по подписке.
3. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта,

обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;

- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;

- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Политическая география и геополитика»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: Реклама и связи с общественностью**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Зверев Юрий Михайлович, к.г.н., доцент, доцент Института управления и территориального развития

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Политическая география и геополитика».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 1. Наименование дисциплины: «Политическая география и геополитика»

Цель дисциплины – сформировать компетенции, умения и навыки в сфере политической географии и геополитики, позволяющие студентам анализировать геополитические идеи, современную геополитическую картину мира и возможные сценарии ее развития и уметь применять теоретические знания и прикладные основы политической географии и геополитики в профессиональной сфере.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК – индикатор достижения компетенции)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход  УК-1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие, необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы.  <b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов  <b>Владеть:</b> навыками анализа геополитических процессов и явлений; навыками отбора источников информации в сфере геополитических исследований.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политическая география и геополитика» представляет собой дисциплину части Блока дисциплин (модулей) и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
	1. Введение в политическую географию и геополитику	Предмет политической географии. Уровни политико-территориальной организации общества. Принципы политико-территориальной организации общества. Элементы политико-территориальной организации общества. Методы политико-географических исследований. Политико-географическая экспедиция. Субдисциплины политической географии. Геополитика.
	2. Глобальные геополитические системы	Глобализация. Геополитическая система. Бинарные геополитические системы. Тернарные геополитические системы. Хартленд, леналенд и римленд. Полярные геополитические системы. Великие и региональные державы. Цивилизации. Макрорегионы и части света. Трансконтинентальные макрорегионы. Трансконтинентальные государства. Мезорегионы Европы. Мезорегионы Азии. Мезорегионы Африки. Мезорегионы Америки. Мезорегионы Австралии и Океании.
	3. Интеграционные объединения	Интеграция. Теории интеграции. Региональные международные организации. Трансграничные регионы. Международные транспортные коридоры. Зоны безвизового режима. Зоны преференциальной торговли. Зоны свободной торговли. Таможенные союзы. Общие рынки. Экономические союзы. Валютные союзы. Военные союзы. Политические союзы-унии. Политические союзы-конфедерации. Интеграционные системы. Мезорегионализм. Трансрегионализм.

4. Государства	<p>Этатизм . Возникновение государственности. Исторические формы государственности. Города-государства. Империи. Исторические титулы государства</p> <p>Формы правления. Национальные государства. Национальное строительство. Пана национальные государства. Многонациональные государства. Разделенные нации. Нации без государственности. Суверенные государства. Автохтонность и суверенность. Государственная состоятельность. Государствоя юрисдикции. Несостоявшиеся государства. Правительства в изгнании. Частично-признанные государства. Непризнанные государства. Повстанческие государства. Протогосударства. Квазигосударства.</p>
5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы	<p>Политико-географическое положение. Геополитический код. Размер государства. Форма государства. Сопредельные государства. Выход к морю. Островное положение. Анклавы и эксклавы. Территория — сухопутное пространство. Акватория — водное пространство. Аэротория — воздушное пространство. Литотория — земные недра. Прилежащая зона. Исключительная экономическая зона. Лимнология, Делимитация и демаркация. Классификации политических границ.</p>
6. Регионы и муниципалитеты	<p>Административно-территориальное деление. АТЕ и автономии. Унитаризм и федерализм. Унитарные государства. Федеративные государства. Суверенные регионы. Монархические регионы. Федеральные территории. Города прямого подчинения. Столичные территории. Сложносоставные регионы. Экстерриториальные регионы. Супрарегиональные объединения. Субрегиональные единицы. Субрегиональные автономии и федерации. Муниципальные образования. Невключенные территории. Коммуны. Городские режимы.</p>
7. Пространственная идентичность	<p>Территориальность и пространственность. Абсолютное и относительное пространство. Гетеротопии и пространственная инверсия. Пространственный опыт и места памяти. Пространственные мифы и сопостранственность. Территориальная и пространственная идентичность. Политика места и брендинг территории.</p>
8. История геополитических идей (часть 1)	<p>Провозвестники геополитики: Ф. Ратцель, А. Мэхэн. Рождение геополитики: Р. Челлен, Х. Маккиндер. Германская геополитика в 1924-1941 гг. Н. Спикмен: реализм и геополитика. Последователи Спикмена (Дж. Ф. Даллес, Дж. Кеннан, Р. Штраусц-Гупе). Геополитическая концепция евразийства.</p>

9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи	Практическое применение геополитики во внешней политике США. Г. Киссинджер: возвращение геополитического дискурса. З. Бжезинский: «Великая шахматная доска». С. Коэн: геополитика мировой системы и анализ геополитических структур. Э. Люттвак: геоэкономика и глобальная среда турбо-капитализма. Геополитические идеи К. С. Грэя, Д. Солана, М. Т. Оуэнса, П. Волфовица. Неоконсерваторы и их геополитические идеи. Проект Нового Американского Века. Т. Барнетт: функциональное ядро и зона отключенности. Россия в геополитике современной эпохи.
--	--

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

**Тема 1. Введение в политическую географию и геополитику.** Вопросы лекции: Предмет политической географии. Уровни политико-территориальной организации общества. Принципы политико-территориальной организации общества. Элементы политико-территориальной организации общества. Методы политико-географических исследований. Политико-географическая экспедиция. Субдисциплины политической географии. Геополитика.

**Тема 2. Глобальные геополитические системы.** Вопросы лекции: Глобализация. Геополитическая система. Бинарные геополитические системы. Тернарные геополитические системы. Хартленд, ланаленд и римленд. Полярные геополитические системы. Великие и региональные державы. Цивилизации. Макрорегионы и части света. Трансконтинентальные макрорегионы. Трансконтинентальные государства. Мезорегионы Европы. Мезорегионы Азии. Мезорегионы Африки. Мезорегионы Америки. Мезорегионы Австралии и Океании.

**Тема 3. Интеграционные объединения.** Вопросы лекции: Интеграция. Теории интеграции. Региональные международные организации. Трансграничные регионы. Международные транспортные коридоры. Зоны безвизового режима. Зоны преференциальной торговли. Зоны свободной торговли. Таможенные союзы. Общие рынки. Экономические союзы. Валютные союзы. Военные союзы. Политические союзы-унии. Политические союзы-конфедерации. Интеграционные системы. Мезорегионализм. Трансрегионализм.

**Тема 4. Государства.** Вопросы лекции: Этатизм. Возникновение государственности. Исторические формы государственности. Города-государства. Империи. Исторические титулы государства. Формы правления. Национальные государства. Национальное строительство. Паннациональные государства. Многонациональные государства. Разделенные нации. Нации без государственности. Суверенные государства. Автохтонность и суверенность. Государственная состоятельность. Государства-юрисдикции. Несостоявшиеся государства. Правительства в изгнании. Частично-признанные государства. Непризнанные государства. Повстанческие государства. Протогосударства. Квазигосударства.

**Тема 5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы..**  
Вопросы лекции: Политико-географическое положение. Геополитический код. Размер государства. Форма государства. Сопредельные государства. Выход к морю. Островное положение. Анклавы и эксклавы. Территория — сухопутное пространство. Акватория — водное пространство. Аэротория — воздушное пространство. Литотория — земные недра. Прилежащая зона. Исключительная экономическая зона. Лимнология, Делимитация и демаркация. Классификации политических границ..

**Тема 6. Регионы и муниципалитеты.** Вопросы лекции: Административно-территориальное деление. АТЕ и автономии. Унитаризм и федерализм. Унитарные государства. Федеративные государства. Суверенные регионы. Монархические регионы. Федеральные территории. Города прямого подчинения. Сто-личные территории. Сложносоставные регионы. Экстерриториальные регионы. Супрарегиональные объединения. Субрегиональные единицы. Субрегиональные автономии и федерации. Муниципальные образования. Невключенные территории. Коммуны. Городские режимы.

**Тема 7. Пространственная идентичность.** Вопросы лекции: Территориальность и пространственность. Абсолютное и относительное пространство. Гетеротопии и пространственная инверсия. Пространственный опыт и места памяти. Пространственные мифы и сопостранственность. Территориальная и пространственная идентичность. Политика места и брендинг территории.

**Тема 8. История геополитических идей (часть 1).** Вопросы лекции: Провозвестники геополитики: Ф. Ратцель, А. Мэхэн. Рождение геополитики: Р. Челлен, Х. Маккиндер. Германская геополитика в 1924-1941 гг. Н. Спикмен: реализм и геополитика. Последователи Спикмена (Дж. Ф. Даллес, Дж. Кеннан, Р. Штраусц-Гупе). Геополитическая концепция евразийства.

**Тема 9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи.** Вопросы лекции: Практическое применение геополитики во внешней политике США. Г. Киссинджер: возвращение геополитического дискурса. З. Бжезинский: «Великая шахматная доска». С. Коэн: геополитика мировой системы и анализ геополитических структур. Э. Люттвак: геοэкономика и глобальная среда турбо-капитализма. Геополитические идеи К. С. Грэя, Д. Солана, М. Т. Оуэнса, П. Волфовица. Неоконсерваторы и их геополитические идеи. Проект Нового Американского Века. Т. Барнетт: функциональное ядро и зона отключенности. Россия в геополитике современной эпохи.

Рекомендуемая тематика практических занятий:

**Тема 1. Введение в политическую географию и геополитику.**

Изучите карту «Мир глазами Рональда Рейгана»

(<https://www.zombietime.com/zomblog/?p=504>) и ответьте на вопросы:

1. Кто является сверхдержавами в мире Р. Рейгана? Каков их идеологический портрет? Чем он определяется?
2. Какие в США есть внутривнутриполитические расколы? Какие штаты были электоральной базой поддержки Рейгана?
3. Что «наше» и что «их» в мире Рейгана? Почему так?
4. Какие страны и регионы важны для Рейгана, а какие выпали из его внимания? Почему?
5. Какие стереотипы существуют в представлении о мире Рейгана?
6. Какие стереотипы вашего представления о мире совпадают со стереотипами Рейгана? Какие отличаются? Почему мы мыслим стереотипами? Всегда ли это плохо?
7. Можно ли иметь объективные представления о мире? Что их может исказить? Как избежать искажения?
8. Попробуйте составить схему представлений о мире современного американского президента. Насколько они изменились со времен Рейгана? Что на это повлияло?

9. Попробуйте составить схему представлений о мире современного российского президента. Насколько они отличаются от представлений Рейгана и современного американского президента? Почему?

**Тема 2. Глобальные геополитические системы.**

1. Организуйте дебаты, на которых участники попарно отстаивают следующие тезисы:

Участник I	Участник II
Япония является западной страной	Япония является восточной страной
Австралия — часть Глобального Севера	Австралия — часть Глобального Юга
Монголия находится на границе Запада и Востока	Венгрия находится на границе Запада и Востока
Китай — морская держава	Китай — сухопутная держава
Теория хартленда определяет современную внешнюю политику России	Теория хартленда не определяет современную внешнюю политику России
Мир более стабилен при униполярной модели баланса сил	Мир более стабилен при многополярной модели баланса сил
Ватикан является сверхдержавой	КНДР является сверхдержавой
Евреи и арабы относятся к разным цивилизациям	Евреи и арабы относятся к одной цивилизации
Кипр является европейской страной	Кипр является азиатской страной
Чемпионат Северной Америки по футболу может пройти в Исландии	Чемпионат Северной Америки по футболу может пройти на Гуаме

2. Проголосуйте, какая команда в каждой паре была убедительнее.

3. Обсудите вопрос, насколько глобальные геополитические системы являются субъективными понятиями?

**Тема 3. Интеграционные объединения.** Выберите одну интеграционную систему и выполните задания:

1. Постройте таблицу, в которую внесите названия всех стран региона и всех региональных международных организаций и интеграционных объединений:

	Объединение 1	Объединение 2	Объединение N...
Страна 1	+	+	+
Страна 2	+	+/-	+/-
Страна N...	-	+	-

2. Отметьте членство всех стран в организациях и объединениях, используя знаки «плюс» и «минус». Для спорного членства (наблюдатель, в процессе ратификации или присоединения используйте +/-).

3. Подсчитайте суммы плюсов во всех столбцах (считая +/- за 0,5 балла) и определите тройку наиболее крупных объединений и тройку наиболее интегрированных государств системы. Объясните этот результат.

4. Определите контур интеграционной системы. Насколько четко обозначены внешние границы интеграционной системы?

5. Определите ядро интеграционной системы и его ключевые страны. Если ядер несколько, выделите ключевые страны для каждого из ядер.

6. Определите мезорегиональные группировки системы.

7. Определите периферийные страны и группировки.

8. Определите основные линии размежевания внутри системы.

9. Определите двойственные страны, т.е. входящие в интеграционные объединения других систем.

10. Сделайте вывод о типе интеграционной системы и уровне ее интегрированности.

**Тема 4. Государства.** Подготовьте сообщение (презентацию) об одном из протоили квазигосударств. Подводя итог, ответьте на вопрос, что мешает ему обрести суверенитет.

**Тема 5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы.**

Оцените политико-географическое положение страны мира (или региона страны) по следующему плану:

1. Каков размер государства? Рассчитайте индекс по формуле А. И. Трейвиша для даты, по которую есть последние официальные данные по численности населения и ВВП страны. Оцените, имеет ли индекс А. И. Трейвиша восходящую или нисходящую тенденцию. Какая площадь территории страны является «эффективной для жизни» (по Э. Рюкле)?

2. Оцените размер страны согласно типологии Коломера–Ильина и охарактеризуйте, как это влияет на ее роль в международной системе.

3. Охарактеризуйте форму страны по свойствам компактности, связности и центральности. Рассчитайте индекс компактности для государства.

4. Сколько у страны соседей 1-го и 2-го порядка? Рассчитайте индекс сопредельности для 2-го порядка соседей государства. Какие регионы страны граничат с сопредельными государствами? Сколько геополитических векторов формируют сопредельные государства страны? Составьте схему сопредельных государств страны (по примеру табл.).

Геополитический вектор	Пограничные регионы	Сопредельные страны	Сопредельные страны 2-го порядка

5. Какова протяженность сухопутных и морских границ государства? Оцените степень приграничности территории государства.

6. Есть ли у страны выход к морю? Какова протяженность морской границы страны? Является ли страна преимущественно сухопутной или морской державой?

7. К каким океанам и морям имеет выход страна? К бассейнам каких океанов относятся крупнейшие судоходные реки страны?

8. Расположена ли страна на острове или архипелаге? Если да, то как это отражается на ее политико-географическом положении?

9. Есть ли у государства крупные заселенные острова? Если да, то как осуществляется связь между основной территорией и островами?

10. Является ли страна анклавом или полуанклавом? Если да, то как это отражается на ее политико-географическом положении?

11. Есть ли у страны эксклавы? Если да, то как осуществляется связь между материнским государством и его эксклавом? Влияет ли это на характер взаимоотношений между материнским и окружающими эксклав государствами?

12. Есть ли у страны территориальные коридоры? Если да, то с какой целью они были созданы и как влияют на характер взаимоотношений с соседними государствами?

13. Сделайте общий вывод о плюсах и минусах политико-географического положения государства на различных уровнях анализа: макро-, мезо-, микро- и эндо-. Какие достоинства и недостатки политико-географического положения являются стратегически наиболее важными? Какими преимуществами политико-географического положения страна может нивелировать его недостатки?

14. Оцените, как политико-географическое положение страны соотносится с ее геополитическим кодом. Какие преимущества политико-географического положения выделяются, а какие недостатки ретушируются в геополитическом коде? В чем геополитический код не соответствует политико-географическому положению страны?

**Тема 6. Регионы и муниципалитеты.**

1. Выберите страну и возьмите несколько контурных карт с ее территорией.

2. На первой карте нанесите значимые линии физико-географических разломов государства (климатические пояса, горы, крупные реки, пустыни и т.д.).

3. На второй карте нанесите значимые линии исторических, этнических и конфессиональных разломов (ареалы расселения этносов, локальные диалекты и культуры, ареалы религиозных конфессий и отдельных течений и т.д.).

4. На третьей карте нанесите значимые линии экономико-географических разломов государства (регионы урбанизации, районы добычи полезных ископаемых, промышленные, сельскохозяйственные районы и т.д.).

5. На пятой карте нанесите значимые линии электоральных разломов государства (регионы традиционной поддержки отдельных идеологий, регионы преимущественного происхождения элиты и т.д.).

6. На шестую карту нанесите все полученные линии из предыдущих пяти карт.

7. Проанализируйте полученную карту. Какие линии совпали и почему? В какой части страны разломов больше и почему?

8. Создайте карту административно-территориального устройства страны, исходя из карты ее разломов. Насколько она отличается от существующей сетки?

9. Какой принцип формирования административно-территориального устройства получился? Какой тип разломов он больше всего учитывает?

10. Какие уточнения можно внести в полученную сетку? Какие разломы важно сохранить в структуре региональной политики государства, а какие лучше нивелировать?

### ***Тема 7. Пространственная идентичность.***

Выберите один народ и ответьте на вопросы:

1. Как подкрепляется его миф о центральности? Какие векторы (западный, восточный, северный, южный) в первую очередь подчеркиваются как инородные и периферийные?

2. Существуют ли у общества представления о пограничном (транзитном) положении? Между какими полюсами? Какие плюсы и минусы видятся в таком положении?

3. Относит ли народ себя к какой-то более крупной общности? Как обосновывается такое отнесение? Какие преимущества в нем видятся?

4. Как народ обосновывает свое отличие от более крупной общности? Какие преимущества несет его уникальность?

5. Как исторически сменялись этапы доминирования мифов о гомогенности и исключительности?

6. Где находится исконная территория народа? В чем выражается особое к ней отношение?

7. Есть ли какие-то территории, которые народ считает оккупированными?

8. О каких своих бывших территориях народ вспоминает с ностальгией?

9. Существуют ли политические силы, выступающие за восстановление страны в бывших границах?

10. Какие из выделенных пространственных мифов чаще всего используются политиками в агитации?

### ***Тема 8. История геополитических идей (часть 1).***

Групповые задания:

1. Представьте, что К. Хаусхофер предстал перед Нюрнбергским трибуналом и обвиняется в том, что геополитика послужила идеологическим оправданием нацистской агрессии в ходе Второй мировой войны. Какие аргументы можно привести в качестве его обвинения и защиты?

2. Сохраняется ли значение хартленда (римленда, леналенда) в современном мире? Насколько актуально сегодня разделение стран на теллуократии и талассократии?

***Тема 9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи.***

1. Охарактеризуйте современное геополитическое положение России в системе существующих Больших пространств мира (Северо-Атлантический сектор, Китай, Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР)).

2. Дайте характеристику основных геополитических проблем России в странах и коалициях стран дальнего зарубежья% а) Арктический сектор, б) Центрально-Восточная Европа, в) Китай, г) Япония, д) российско-американские отношения, е) Европейский союз.

### Требования к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью изучения дисциплины, служит для более глубокого и детального осмысления предмета, освоения большего количества материала по изучаемым вопросам.

С этой целью слушателям программы рекомендуется самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, в качестве закрепления полученных знаний следует ответить на нижеперечисленные вопросы.

Аудиторные и самостоятельные формы учебной работы студента имеют своей целью приобретение системы знаний. Используя лекционный материал, доступный учебник или учебное пособие, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям. Студент понимает, что самостоятельное владение знаниями является главным определяющим.

Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно. По завершению работы над учебником, должна быть ясность в том, какие темы, вопросы учебного курса изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Самостоятельная учебная работа студента – род деятельности, который включает в себя поиск источников познания, средств осуществления и результаты познавательной деятельности, проводимой без помощи преподавателя.

Самостоятельная работа студентов является важным видом учебной деятельности студентов, и становится весьма актуальной, так как самообразование сегодня направлено на повышение личного статуса в обществе, приобретение дополнительных знаний, которые в будущей профессиональной деятельности формируют знания, умения и навыки компетентного специалиста и предполагает:

- наличие положительной мотивационной активности;
- проявление значительных волевых усилий;
- достижение высокого уровня интеллектуального развития;
- достижение высокой самостоятельности;
- наличие адекватного уровня самооценки.

Наименование темы	Тематика и виды самостоятельной работы
1. Введение в политическую географию и геополитику	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
2. Глобальные геополитические системы	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
3. Интеграционные объединения	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
4. Государства	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
6. Регионы и муниципалитеты	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
7. Пространственная идентичность	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.

8. История геополитических идей (часть 1)	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.
9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи.	Работа с лекционным материалом, учебником и дополнительной литературой по теме.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
1. Введение в политическую географию и геополитику	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
2. Глобальные геополитические системы	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
3. Интеграционные объединения	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
4. Государства	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы.	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос, промежуточное тестирование по темам 1-5
6. Регионы и муниципалитеты.	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
7. Пространственная идентичность	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
8. История геополитических идей (часть 1)	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос
9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи.	УК-1	Выполнение практической работы, устный опрос

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Тематика рефератов:

1. Объект, предмет и структура политической географии.

2. Геополитические системы (бинарные, тернарные, полярные).
3. Великие и региональные державы.
4. Основные особенности современной политической карты мира.
5. Монархии на карте современного мира.
6. Федерации на карте современного мира.
7. Частично-признанные и непризнанные государства на карте современного мира.
8. Зависимые территории на карте современного мира.
9. Разделенные нации и нации без государственности на карте современного мира.
10. Политико-географическое положение России.
11. Анклавы и эксклавы в современном мире.
12. Мировые столицы и глобальные города.
13. Границы различных типов на политической карте мира.
14. Пограничные споры и конфликты в современном мире.
15. Проблемы нового российского пограничья.
16. Еврорегионы и приграничное сотрудничество в современной Европе.
17. Унитаризм и федерализм.
18. Административно-территориальное деление России и направления его совершенствования.
19. Административно-территориальное деление ведущих стран Зарубежной Европы (Великобритания, Германия, Франция, Италия).
20. Геополитические идеи Ф. Ратцеля.
21. Геополитические идеи Р. Челлена.
22. Геополитические идеи А.Т. Мэхэна.
23. Геополитическая модель мира Х. Маккиндера
24. Геополитическая модель мира Н. Спикмена.
25. Германская геополитика 1924-1941 гг. (особенности концепции К. Хаусхофера)
26. Особенности французской геополитической мысли.
27. Столкновение цивилизаций» по С. Хантингтону
28. «Конец истории» Ф. Фукуямы
29. Геополитические идеи З. Бжезинского.
30. Геополитическая концепция евразийства.
31. Геополитика США.
32. Внешнеполитическая стратегия Китая.
33. Сильные и слабые стороны геополитического положения современной России.
34. Этапы отношений России и НАТО.
35. Этапы отношений России и ЕС.
36. Российско-американские отношения на современном этапе.
37. Основные вооруженные конфликты современности.
38. Современный сепаратизм.
39. Основные очаги международного терроризма.
40. «Горячие точки» и очаги военно-политической нестабильности в мире.

Примеры тестовых заданий для дисциплины:

№№	Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Ответ					
1.	SingleSelection	Какое из указанных государств является парламентской республикой?	<table border="1"> <tr><td>1. США</td></tr> <tr><td>2. Россия</td></tr> <tr><td>3. Швеция</td></tr> <tr><td>4. Израиль</td></tr> <tr><td>5. Бразилия</td></tr> </table>	1. США	2. Россия	3. Швеция	4. Израиль	5. Бразилия	4
1. США									
2. Россия									
3. Швеция									
4. Израиль									
5. Бразилия									

2.	SingleSelection	Автором концепции столкновения цивилизаций является:	1. А. Дугин 2. К. Хаусхофер 3. Ф. Фукуяма 4. П.Н. Савицкий 5. С. Хантингтон	5	
3.	Multiple-Selection	Выберите страны, не являющиеся монархиями:	1. Испания 2. Сербия 3. Греция 4. Марокко 5. Исландия 6. Монако	2, 3, 5	
4.	Multiple-Selection	С участием каких из указанных стран предлагал в 1940 г. создать Континентальный блок Карл Хаусхофер?	1. США 2. Франция 3. СССР 4. Великобритания 5. Япония 6. Италия 7. Германия	3, 5, 7	
5.	ShortAnswer	Исследованием политико-географической дифференциации территории, анализом различий в политических ориентациях населения занимается _____ география (Запишите пропущенное слово в соответствующем падеже)		электоральная	
6.	ShortAnswer	Осей (сердцевинный) регион планеты согласно Х. Маккиндеру это _____ (Запишите пропущенное слово в соответствующем падеже)		Хартленд	
7.	Comparison	Сопоставьте столицы и страны:	1. Колумбо 2. Банжул 3. Амман 4. Братислава	1. Словакия 2. Иордания 3. Шри-Ланка 4. Гамбия	1-3, 2-4, 3-2, 4-1

8.	Comparison	Сопоставьте страны и формы правления:	1. Германия	1. Абсолютная монархия	1-4, 2-1, 3-2, 4-3
			2. Саудовская Аравия	2. Президентская республика	
			3. Бразилия	3. Конституционная монархия	
			4. Дания	4. Парламентская республика	

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Предмет политической географии.
2. Уровни, принципы и элементы политико-территориальной организации общества.
3. Методы политико-географических исследований.
4. Геополитическая система.
5. Бинарные геополитические системы.
6. Тернарные геополитические системы.
7. Полярные геополитические системы.
8. Великие и региональные державы.
9. Цивилизации.
10. Макрорегионы и части света. Трансконтинентальные макрорегионы.
11. Трансконтинентальные государства.
12. Интеграция . Теории интеграции.
13. Региональные международные организации.
14. Трансграничные регионы.
15. Международные транспортные коридоры.
16. Зоны безвизового режима.
17. Зоны преференциальной торговли. Зоны свободной торговли.
18. Таможенные союзы. Общие рынки. Экономические союзы. Валютные союзы.
19. Военные союзы.
20. Интеграционные системы.
21. Формы правления.
22. Национальные государства. Национальное строительство.
23. Пана национальные государства. Многонациональные государства.
24. Разделенные нации. Нации без государственности.
25. Суверенные государства. Автохтонность и суверенность.
26. Государства-юрисдикции.
27. Несостоявшиеся государства. Правительства в изгнании.
28. Частично-признанные государства. Непризнанные государства. Повстанческие государства.
29. Протогосударства. Квазигосударства.
30. Политико-географическое положение.
31. Геополитический код.
32. Размер и форма государства.

33. Сопредельные государства.
34. Выход к морю.
35. Островное положение.
36. Анклавы и эксклавы.
37. Территориальные коридоры.
38. Территория — сухопутное пространство.
39. Акватория — водное пространство.
40. Аэротория — воздушное пространство.
41. Литотория — земные недра.
42. Прилежащая зона. Исключительная экономическая зона. Континентальный шельф.
43. Геополитическое поле.
44. Классификации политических границ.
45. Административно-территориальное деление. АТЕ и автономии.
46. Унитаризм и федерализм.
47. Унитарные государства.
48. Федеративные государства.
49. Суверенные регионы. Монархические регионы.
50. Федеральные территории. Города прямого подчинения. Столичные территории.
51. Сложносоставные регионы. Экстерриториальные регионы.
52. Супрарегиональные объединения.
53. Субрегиональные единицы.
54. Муниципальные образования.
55. Геополитика: понятие, предмет исследования, категории.
56. Ф., Ратцель – предтеча современной геополитической мысли.
57. Р. Челлен – автор понятия «геополитика»
58. Концепция «Морского могущества» А. Т. Мэхэна
59. Геополитическая модель мира Х. Маккиндера и ее развитие Н. Спикменом.
60. Германская геополитика 1924-1941 гг. (особенности концепции К. Хаусхофера).
61. Геополитическая концепция евразийства.
62. Практическое применение геополитики во внешней политике США.
63. Столкновение цивилизаций» по С. Хантингтону
64. Геополитические идеи З. Бжезинского.
65. С. Коэн: геополитика мировой системы и анализ геополитических структур.
66. Геополитическая концепция Т. Барнетта.
67. Россия в геополитике современной эпохи.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i>	отлично	зачтено	86-100

		Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература

1. Желтов, В. В. Геополитика: теория и история : учебное пособие / В. В. Желтов, М. В. Желтов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 464 с. - ISBN 978-5-9558-0452-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1255457>. – Режим доступа: по подписке.
2. Елацков, А. Б. Общая геополитика: вопросы теории и методологии в географической интерпретации : монография / А.Б. Елацков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 251 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/21203. - ISBN 978-5-16-017478-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856782>. – Режим доступа: по подписке.
3. Окунев, И. Ю. Политическая география : практикум для студентов вузов / И. Ю. Окунев, Л. С. Жирнова. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2022. - 162 с. -

ISBN 978-5-7567-1228-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2005249>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Бусыгина, И. М. Политическая география. Формирование политической карты мира : учебник / И. М. Бусыгина. - Москва : Аспект Пресс, 2022. - 367 с. - ISBN 978-5-7567-1148-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1914169>. – Режим доступа: по подписке.
2. Дугин, А. Г. Геополитика России : учебное пособие / А. Г. Дугин. — 2-е изд. — Москва : Академический Проект, 2020. — 523 с. — ISBN 978-5-8291-3143-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132762>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Маринченко, А. В. Геополитика : учебное пособие / А.В. Маринченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 490 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005602-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836606>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным

лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Политология»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Уразбаев Е.Е., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Политология».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Политология».

Цель дисциплины «Политология»: формирование у студентов бакалавров знаний по политологии, теории политики, формирование научной базы по политологии, о законах и закономерностях политической жизни, формирование способности использовать полученные компетенции в будущей профессиональной и научной деятельности.

Задачи: изучение теоретических основ политологии, применение полученных компетенций на практике.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. <b>Уметь:</b> - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. <b>Владеть:</b> - навыками отбора источников информации в сфере политических исследований.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политология» относится к части блока дисциплин подготовки студентов, формируемой участниками образовательных отношений.

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции, практические занятия), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия,

предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Политология как научная дисциплина	<p>Политология как наука. Теоретическая и прикладная политология.</p> <p>Функции теоретической политологии. Функции прикладной политологии. История развития политической мысли. Особенности и перспективы развития политологии в России.</p> <p>Политический анализ, политический прогноз, место и роль политического анализа, политического прогноза в принятии политических решений. Методы исследования: традиционные политологические (исторический, сравнительный, системный, структурно-функциональный, социологический); собственно политологические (метод политической коммуникации, теория игр, метод принятия решений).</p> <p>Политические науки, их функции, основные методы.</p> <p>Политическая методология. Политическая философия. Политическая социология. Политическая психология. Политическая конфликтология. Политическая география.</p>
2	Исторические этапы становления и развития политической мысли	<p>История политических учений. Этапы становления и тенденции развития политической науки. Стадия философского осмысления, эмпирическая стадия и стадия рефлексии.</p> <p>Предистория политической науки: политическая философия с древнейших времен до начала XIX века. От суждения о всевозможных и идеальных формах устройства государства и общества - к необходимым формам организации государства и ее взаимодействию с гражданским обществом. Основные хронологические этапы, их выдающиеся представители. Политическая мысль Древнего Востока, Древней Греции и Древнего Рима. Конфуцианство. «Республика» Платона. «Полития» Аристотеля. Теоретики христианства о власти (Августин Блаженный, Фома Аквинский). «Государь» Н. Макиавелли - отделение политики от моральных учений. Развитие политической мысли в Новое время и эпоху Просвещения (Т. Гоббс, Дж. Локк, Ш.Л. Монтескье, Ж.Ж. Руссо, И. Кант). Теория естественного права. Власть и гражданское общество.</p> <p>Основные современные политические учения Запада. Предпосылки институализации политологии как самостоятельной дисциплины. Формирование социально- политических и идеологических структур современной западной цивилизации. Расширение и дифференциация проблематики. Концепция происхождения государства (К. Маркс Л. Гумплович). Политические элиты (В. Парето, Г. Моска). Политическое господство и лидерство (М. Вебер). Развитие различных методологических подходов: «поведенческого» (Ч. Мерриам, Г. Лассуэл), системного (Д. Истон), структурно- функционального (Т. Парсонс). Разработка концепций политических систем (Д. Истон), демо-</p>

		<p>кратии (Р. Даль, С. Липсет), тоталитаризма (Х. Арендт, К. Фридрих), политической культуры (Г. Алмонд), пропаганды (Ж. Эллюль).</p> <p>Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Политическая мысль в России в XIX – XX вв.: люди и идеи. Специфика современной российской политической науки.</p>
3	Политика как общественное явление	<p>Происхождение и природа политики. Место политики в обществе. Основные трактовки политики в мировой политической мысли. Идентификация политики с феноменом власти. М. Вебер, В. Ленин и Т. Парсонс о политике. Классификация по исследовательским методам: социологические, субстанциальные, научно- сконструированные.</p> <p>Понятие целей, средств и методов в политике. Дискуссия о соотношении целей и средств их достижения: Н. Макиавелли, Л. Толстой, М. Ганди. Доктрина «меньшего зла».</p> <p>Роль насилия в политике: плюсы и минусы. Деградация социума под гнетом насилия. Прямое и косвенное (скрытое) насилие. Экономическое, политическое и административное насилие. Насилие в повседневной практике государственной власти. Политический терроризм и его разновидности. Причины существования терроризма. Террор и уголовная преступность: общее и различное. Террористический акт как основная форма политического насилия. Государственный и оппозиционный террор. Разновидности правого и левого террора.</p>
4	Политическая власть	<p>Понятие политической власти. Происхождение и сущность власти. Социальная природа власти. Различные формы проявления властных отношений. Типология власти: по объему (семейная, международная и т.д.); по объекту (личная, партийная, общественная), по характеру применения (демократическая, деспотическая, бюрократическая и т.д.). Политическая форма власти. Различные формы проявления политической власти. Универсальные черты политической власти (асимметричность, инверсионность, ресурсность, кумулятивность). Ресурсы власти. Функции власти. Регулирующая и конструирующая способности власти. Специфические черты политической власти. Типология политической власти: по форме правления, по социальной основе, по принципу организации, по методам действия, по сферам действия, по уровню действия, по идеологическим моделям и т.д.</p> <p>Легальность и легитимность политической власти. Типы легитимизации по М. Веберу.</p> <p>Суверенная власть. Понятие суверенитета. Источники суверенитета. Принципы государственного суверенитета: единство и неделимость территории, неприкосновенность государственных границ, невмешательство во внутренние дела. Внутренний и внешний суверенитет. Концепция суверенного равенства.</p>
5	Государство и его признаки	<p>Основные концепции происхождения государства: теократическая, патриархальная, договорная, «теория завоевания», психологическая, социально- экономическая, юридическая. Основные признаки и элементы государства. Формы правления. Конституционная и абсолютная монархия. Республика. Президентская, парламентская, президентско- парламентская модель. Роль президента в парламентской республике, функции парламента в президентской республике. Формы государственного устройства. Унитарное и федеральное государство. Конфедерация. Объединение вокруг бывших монополий. Европейское содружество.</p> <p>Правовое государство: условия возникновения и характерные признаки. Проблема реализации идеала правового государства. Российская государственность и специфика ее право-</p>

		<p>вого обеспечения. Гражданское общество: сущность, происхождение, развитие. Основные теории. Правовое государство и гражданское общество. Проблема формирования гражданского общества в России: особенности становления.</p>
6	<p>Политическая система общества</p>	<p>Системный подход к определению власти. Понятие и пределы политической системы.</p> <p>Модели функционирования политических систем. Д. Истон, Г. Алмонд о политической системе. «Вход», «требования», «поддержка» и «выход» политической системы. Открытость политической системы. Взаимосвязь с окружающей средой. Понятие «роль» и «взаимодействие». К. Дойч. Современные подходы к анализу политической системы. Значение системного подхода в анализе политики.</p> <p>Структурные компоненты (подсистемы) политической системы. Политическая организация, политические отношения, политические и правовые нормы, политическое сознание, политическая культура как элементы политической системы. Институционализация и деинституционализация. Условия эффективности и стабильности политической системы. Функции политической системы.</p> <p>Типы политических систем: критерии типологизации. Классификация Г. Алмонда, Ж. Блонделя.</p> <p>Политический режим: определение, структура и признаки. Соотношение «политическая система» и «политический режим». Типология политических режимов. Тоталитарный, авторитарный и демократический политические режимы: сравнительная характеристика.</p> <p>Демократия как форма власти. Общие принципы демократии. Теории демократии. Плюралистическая демократия: сущность и общие черты. Сонсоциативная демократия. Прямая и представительная демократия: плюсы и минусы.</p>
7	<p>Политические идеологии</p>	<p>Политическая идеология: сущность, структура, функции. Этернизация. Внедрение политической идеологии через социальные институты. Уровни политической идеологии. Теоретико- концептуальный, программно- директивный, поведенческий. Концепции идеологии К. Маркса, К. Мангейма.</p> <p>Либерализм как политическая идеология. Протестантская этика - идейная предтеча либерализма. Классический либерализм: свобода конкуренции, ограничение вмешательства государства в экономику, господство закона. Идеи либерализма в учениях Д. Локка, Т. Гоббса, Ш. Л. Монтескье, Т. Джефферсона, Дж. С. Милля. США как пример наиболее полного воплощения идей классического либерализма. Кризис либерализма на рубеже XIX –XX вв. Неолиберализм. «Новый курс» Ф.Д. Рузвельта- переосмысление экономической и социальной роли государства. Современный неолиберализм.</p> <p>Консерватизм как политическая идеология. Усталость общества от революций как основа консерватизма. Основоположники консервативной идеологии: Э. Берк, Ж. де Местр, Л. де Бональд. Традиционализм. Приоритет преемственности над нововведениями. Неоконсерватизм. Политика Р. Рейгана и М. Тэтчер. Антиэтатизм- определяющая идейно- политическая установка неоконсерватизма.</p> <p>Социализм как политическая идеология. Специфика и эволюция идей социализма.. Утопический социализм. Т.Мор. Т. Кампанелла. Ш. Фурье. Марксизм. Тезис об обреченности капитализма, особой миссии пролетариата, всемирной революции. Марксизм в России. Ленинизм. В. Ульянов о возможности победы социалистической революции в одной стране. Социал- демократы. Эволюционный подход к борьбе за социализм. К. Каутский. Э. Бернштейн. Современное состояние социалистической идеологии.</p>

		<p>Фашизм. Исторические условия формирования национал-социалистической идеологии. Расизм и элитаризм как теоретическая основа. Вождизм. Идея сверхчеловека. экспансионизм во внешней политике. Фашистские режимы в Германии, Испании, Италии, Португалии: «жесткие» и «мягкие» формы фашизма. Идеология и практика фашизма в современных условиях.</p> <p>Политические идеологии в современной России: трудности формирования.</p>
8	Политическая культура	<p>Понятие политической культуры. Различные подходы к определению политической культуры. Политическая социализация и политическая культура. Системный и процессуальный характер политической культуры. Неразрывная связь политической культуры и человеческой субъективности.</p> <p>Структура политической культуры. Составные элементы политической культуры: политические традиции, нормы политической практики, идеи, концепции и убеждения о взаимоотношениях между различными общественно-политическими институтами; ценностные ориентации и установки. Свойства составных элементов политической культуры.</p> <p>Политическое мировоззрение как один из основных элементов политической культуры. Политическое поведение как способ реализации политической культуры. Политическая активность и политическая пассивность. Функции политической культуры: идентификации, ориентации, адаптации, социализации, интеграции, коммуникации. Господствующая политическая культура, субкультуры, контркультуры.</p> <p>Различные подходы к типологии политической культуры: формационный подход (рабовладельческая, феодальная, капиталистическая, социалистическая); по социально-классовому признаку (крестьянская, пролетарская, мелкобуржуазная, буржуазная); по отношению к социальному прогрессу; по отношению к демократии и т.д. Характерные черты традиционной, авторитарной, тоталитарной, демократической политической культуры. Фрагментарный и интегрированный тип политической культуры. Характеристика патриархальной, подданнической политической культуры и гражданской культуры (культуры участия). Типология политических культур по Г. Алмонду.</p> <p>Специфика отношений между политической культурой и политической системой.</p> <p>Особенности и перспективы развития политической культуры современной России.</p>
9	Субъекты политики	<p>Понятие субъектов политики. Конструктивный и деструктивный характер деятельности субъекта политики. Основные виды субъектов политики.</p> <p>Понятие групп интересов. Функции групп интересов. Агрегация и артикуляция интересов. Информирование органов, принимающих политические и административные решения. Формирование политических элит, властных структур общества. Ресурсы влияния. Лоббизм. Группы интересов и политические партии.</p> <p>Типология групп интересов. Аномические и институциональные, одноцелевые и многоцелевые, неассоциативные и ассоциативные группы интересов. Предпринимательские союзы и объединения. Профсоюзы. Благотворительные фонды.</p> <p>Массовые демократические движения и международные организации: статус, формы, методы борьбы за реализацию своих интересов. Основные виды массовых демократических движений. Волонтаризм. Экологическое движение. Движение за альтернативный образ жизни. Молодежное и женское движение. Основные международные организации и их влияние на политические процессы мира.</p>

		<p>Понятие и черты политических элит. Место элиты в социально- политической стратификации общества. Основные теории элит: Г. Моска, В. Парето, Р. Михельс, М. Вебер, Р. Миллс. Происхождение элит. Открытый и закрытый типы политических элит. Виды элит: правящая и оппозиционная, высшая, средняя, административная. Проблема формирования квалифицированной элиты, ее своевременного качественного обновления. Социальная представительность элит. Функции элиты.</p> <p>Политическое лидерство и его роль в политической жизни. Многообразие определений лидерства в политической науке: Ж. Блондель, В. Кац, Л. Эдингер. Влияние исторических условий на формирование потребностей в политическом лидере определенного типа. Классификация политических лидеров. М. Вебер. Традиционное, рационально- легальное и харизматическое лидерство. Авторитарный и демократический лидер. Универсальный и ситуационный. Формальное и неформальное лидерство.</p>
10	Политические партии и их виды	<p>Политическая партия и ее основные признаки. Отличие партий от других общественно- политических движений и объединений граждан. Факторы и стадии партогенеза. Функции политической партии. Место и роль в политической системе общества. Типология политических партий.</p> <p>Партийные системы: критерии классификации. Институционализация политических партий. Однопартийные и многопартийные системы.</p> <p>Правовая регламентация деятельности партий (понятие, статус и роль в общественной жизни, порядок образования, принципы организационной структуры). Определение условий и рамок деятельности партий. Регулирование расходов партий на выборах.</p> <p>Партии и политические движения в современной России. Становление многопартийности.</p>
11	Избирательные системы	<p>Основные характеристики института выборов. Определение избирательного процесса. Основные исторические этапы развития избирательного процесса. Эволюция избирательного бюллетеня. Типология избирательных систем: мажоритарная, пропорциональная, смешанная.</p> <p>Принципы регламентации и организации избирательных кампаний. Требования к кандидатам на выборах. Выборы в Российской Федерации.</p>
12	Современные политические процессы в России и мире	<p>Мировой политический процесс. Понятие международных отношений. Субъекты мирового сообщества и их роль в международном политическом процессе. Особенности мирового политического процесса. Глобальные вызовы современной эпохи. Укрепление международной безопасности- доминанта международного политического процесса 80-90-х гг. XX в. Борьба с терроризмом- доминанта международного политического процесса нач. XXI в.</p> <p>Национально- государственные интересы России в новой геополитической ситуации. Геополитический статус России и модели мирового порядка. Биполярная антагонистическая модель. Однополюсная авторитарная модель. Разоружение и проблемы национальной безопасности России. Россия и Европейское Сообщество: трудности взаимоотношений и перспективы партнерства. Россия и НАТО. Россия и Азиатско-Тихоокеанский регион: реалии и перспективы.</p>

## 6. Выборная тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1. Политология как научная дисциплина  
Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли  
Тема 3. Политика как общественное явление  
Тема 4. Политическая власть  
Тема 5. Государство и его признаки  
Тема 6. Политическая система общества  
Тема 7. Политические идеологии  
Тема 8. Политическая культура  
Тема 9. Субъекты политики  
Тема 10. Политические партии и их виды  
Тема 11. Избирательные системы  
Тема 12. Современные политические процессы в России и мире

Выборная тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1.	Тема 1. Политология как научная дисциплина	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика предмета политологии.</li> <li>2. Место политологии в системе социально-гуманитарного знания.</li> <li>3. Основные методы политических исследований.</li> <li>4. Основные политические науки.</li> </ol>
2.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Политическая мысль Древнего Востока.</li> <li>2. Политическая мысль в эпоху античности.</li> <li>3. Политическая мысль в Средние века.</li> <li>4. Политическая мысль в эпоху Возрождения и в Новое время.</li> <li>5. Развитие политической мысли в России.</li> <li>6. Основные современные политические учения.</li> </ol>
3.	Тема 4. Политическая власть	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные подходы к определению понятия политической власти.</li> <li>2. Универсальные и специфические черты политической власти</li> <li>3. Типология политической власти.</li> <li>4. Легальность и легитимность политической власти.</li> <li>5. Понятие суверенной власти.</li> </ol>
4.	Тема 5. Государство и его признаки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Различные подходы к определению понятия государства.</li> <li>2. Основные теории происхождения государства.</li> <li>3. Общие признаки государства.</li> <li>4. Внутренние и внешние функции государства.</li> <li>5. Формы государственного правления и их характеристики.</li> <li>6. Формы государственного территориального устройства и их характеристики.</li> </ol>
5.	Тема 6. Политическая система общества	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие политической системы.</li> <li>2. Основные теоретические подходы к анализу политической системы.</li> <li>3. Типология политических систем.</li> <li>4. Политические режимы и их характерные черты.</li> </ol>

6.	Тема 7. Политические идеологии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Природа политической идеологии и ее предназначение.</li> <li>2. Либерализм как политическая идеология</li> <li>3. Консерватизм как политическая идеология</li> <li>4. Социализм как политическая идеология.</li> <li>5. Фашизм как политическая идеология.</li> <li>6. Другие значимые идейно-политические течения прошлого и современности: феминизм, анархизм, экологизм, коммунитаризм, антиглоболизм и др.</li> </ol>
7.	Тема 8. Политическая культура	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и характерные черты политической культуры.</li> <li>2. Основные компоненты политической культуры.</li> <li>3. Определение, структура и функции политического сознания.</li> <li>4. Типология политических культур.</li> </ol>
8.	Тема 9. Субъекты политики	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие субъектов политики и их основные виды.</li> <li>2. Группы интересов как субъекты политики.</li> <li>3. Политические движения и организации как субъекты политики.</li> <li>4. Понятие и черты политических элит.</li> <li>5. Политическое лидерство и его роль в политической жизни.</li> <li>6. Политические партии как субъекты политики</li> </ol>
9.	Тема 12. Современные политические процессы в России и мире	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и субъекты мирового политического процесса.</li> <li>2. Глобальные вызовы и проблемы современности.</li> <li>3. Геополитический статус России в современном мире.</li> <li>4. Актуальные политические проблемы современной России.</li> </ol>

Выборная тематика *самостоятельных работ*:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Политология как научная дисциплина	<p>Используя рекомендованную литературу, подобрать не менее трёх определению политологии и проанализировать различные подходы к определению специфики предмета политической науки.</p> <p>Проанализировать основные методы политических исследований и представить результат в виде таблицы, содержащей следующие подпункты: «Метод», «История появления и развития», «Современные возможности применения», «Достоинства», «Недостатки».</p>
1.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	<p>Подготовить индивидуальный доклад-презентацию, посвященный видному представителю политической мысли, внесшему вклад в становление и развитие политической науки. В докладе должны быть отражены основные биографические вехи, основные политические труды, содержание политических взглядов и разрабатываемых политических концепций, сделан</p>

		общий вывод о вкладе данного исследователя в развития политической мысли.
2.	Тема 3. Политика как общественное явление	<p>Ознакомьтесь с работой М. Вебера «Политика как призвание и профессия» и подготовьте ответы на следующие вопросы:</p> <p>Что следует понимать под политикой? Политика в широком и узком смысле.</p> <p>Что следует понимать под государством?</p> <p>Три типа оснований легитимности, их характерные черты.</p> <p>Личный штаб управления и средства установления его подчинения.</p> <p>Что М. Вебер понимает под «отделением» штаба управления от вещественных средств предприятия?</p> <p>Кого М. Вебер называет политиками «по случаю»?</p> <p>Кого М. Вебер называет политиками «по совместительству»?</p> <p>Способы реализации политики как профессии.</p> <p>Основные исторические типы «профессиональных политиков».</p> <p>Характеристика деятельности «профессиональных политиков» в Англии, США, Германии.</p> <p>Какими качествами, по мнению М. Вебера, должен обладать политик?</p> <p>Каково отношение между этикой и политикой?</p>
1.	Тема 4. Политическая власть	<p>Подготовьте эссе, посвященное раскрытию содержания одного из теоретических подходов к исследованию природы власти. В качестве рассматриваемых подходов могут быть выбраны следующие:</p> <p>Власть как подчинение (М. Вебер).</p> <p>Власть как символическое средство социальной коммуникации (Т. Парсонс, К. Дойч).</p> <p>Власть как сублимация подавленного влечения (З. Фрейд).</p> <p>Власть как способность достижения целей (Б. Рассел). Бихевиористская трактовка власти (Г. Лассуэлл).</p>
1.	Тема 5. Государство и его признаки	<p>1. В таблице проанализируйте основные формы политического правления и их характерные признаки. Приведите несколько на каждую выделенную форму правления.</p> <p>2. В таблице проанализируйте основные формы территориально-государственного устройства. Приведите несколько примеров на каждую выделенную форму территориально-государственного устройства.</p>
3.	Тема 6. Политическая система общества	<p>Политические режимы и их виды</p> <p>Подготовьте групповой доклад-презентацию, посвященный разбору одного из типов политического режима (тоталитарного, авторитарного, демократического). В докладе должны быть раскрыты политические, экономические, социальные и культурные признаки режима, этапы его установления, исторические</p>

		<p>примеры государств, сделан вывод о достоинствах и недостатках рассмотренного режима.</p>
4.	Тема 7. Политические идеологии	<p>1. Подготовьте групповой доклад-презентацию, посвященный одной из политических идеологий. В докладе должны быть раскрыты исторические предпосылки появления и становления выбранной идеологии, современные аспекты её состояния, сделан вывод о будущих перспективах её развития.</p>
2.	Тема 8. Политическая культура	<p>1. Используя рекомендованную литературу, подобрать и проанализировать не менее трех определений политической культуры.</p> <p>2. На основе рекомендованной литературы выделить основные элементы политической культуры и дать им краткую характеристику.</p>
3.	Тема 9. Субъекты политики	<p>Подготовить групповой доклад-презентацию, посвященный одному из современных политических движений. В докладе раскрыть исторические предпосылки оформления выбранного политического движения, его основные цели и задачи, современные направления деятельности, перспективы будущего развития.</p>
1.	Тема 10. Политические партии и их виды	<p>Разработать групповой проекта политической партии, ее названия, символики, устава и программы. Для выполнения задания необходимо ознакомиться с текстом Федерального закона от 11 июля 2001 г. N 95-ФЗ «О политических партиях», а также с уставами и программами парламентских партий современной России (дополнительно можно проанализировать уставы и программы непарламентских партий). Задание выполняется в группах (3-4 человека). Результат задания следует представить в виде доклада-презентации.</p> <p>План доклада-презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Название партии.</li> <li>2. Партийная символика.</li> <li>3. Структура партии.</li> <li>4. Устав партии.</li> <li>5. Партийная программа.</li> </ol>
2.	Тема 11. Избирательные системы	<p>На основе ознакомления с Конституцией РФ и Федеральным законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 N 67-ФЗ подготовить ответы на следующие вопросы:</p> <p>Принципы проведения в РФ выборов и референдума.</p> <p>Всеобщее избирательное право и право на участие в референдуме (кто имеет и не имеет право избирать и быть избранным).</p> <p>Порядок избрания Президента РФ и требования Конституции.</p> <p>Порядок избрания Государственной Думы и требования Конституции.</p> <p>Порядок проведения референдума в РФ.</p>

1.	Тема 12. Современные политические процессы в России и мире	Подготовить групповой доклад-презентацию, посвященный одной из глобальных политических современности. В докладе необходимо отразить истоки возникновения выбранной проблемы, основные этапы её развития, современное состояние, а также сделать вывод о возможных мерах её преодоления.
----	--	---

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

**Лекционные занятия.**

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 выяснения 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.

**Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

**Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Возможные формы оценочных средств по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Политология как научная дисциплина	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 3. Политическая власть	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 4. Государство и его признаки	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 5. Политическая система общества	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 6. Политические идеологии	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 7. Политическая культура	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 8. Субъекты политики	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 9. Современные политические процессы в России и мире	УК-1	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

#### Тестирование (пример)

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы

SingleSelection	«Комплексная наука о политике во всех её проявлениях, интегрирующая и синтезирующая выводы других наук о политике и власти» это:	<ul style="list-style-type: none"> <li>политическая социология</li> <li>политическая психология</li> <li>политическая философия</li> <li>политология</li> </ul>	4
SingleSelection	Среди других наук, исследующих политические отношения, своеобразие политологии заключается в том, что все социальные явления и процессы она рассматривает через феномен:	<ul style="list-style-type: none"> <li>политической партии</li> <li>социальных классов</li> <li>государства</li> <li>политической власти</li> </ul>	4
SingleSelection	Важнейшими функциями политологии являются:	<ul style="list-style-type: none"> <li>теоретическая, эмпирическая, прикладная</li> <li>психологическая, системная, институциональная</li> <li>познавательная, прогностическая, теоретическая, политической социализации</li> </ul>	3
MultipleSelection	Категории политологии это	<ul style="list-style-type: none"> <li>культура;</li> <li>политические партии;</li> <li>лобби;</li> <li>государство;</li> <li>социализация;</li> <li>интересы и потребности;</li> <li>политическая система;</li> <li>политические идеологии;</li> <li>лидер и лидерство;</li> <li>политические элиты;</li> <li>политические режимы;</li> <li>политические технологии;</li> <li>нормы и ценности.</li> </ul>	2,3,4,7,8,10,11,12
ShortAnswer	Рассмотрение политической сферы как целостной системы, обладающей сложной структурой, каждый элемент которой имеет определённое назначение и выполняет специфические функции, предполагает _____ подход:		Структурно-функциональный
ShortAnswer	Рассматривать политические явления с точки зрения соответствия их нормам морали, справедливости, общего блага и предполагает выработку некоего идеала (идеального политического порядка) и оценку с позиций этого идеала реально существующих в обществе политических отношений требует _____ метод		Ценностно-нормативный
ShortAnswer	На исследование политики с точки зрения возможности использования всего положительного в прошлом политическом опыте для решения актуальных современных проблем ориентирует _____ метод		исторический
ShortAnswer	Взаимосвязь политики с другими сферами жизни, раскрывает социальную природу государства, власти, права и т.п., анализирует политику как сферу целенаправленных взаимодействий социальных групп, преследующих свои интересы, характер которых обусловлен социальными факторами выявляет _____ метод		социологический

ShortAnswer	Требует не ограничиваться определением влияния на политику социальных факторов (уровня жизни, формы собственности, типа культуры и т.п.), а выявлять роль в политике инстинктов, устойчивых черт интеллекта, психики, национального характера, то есть родовых качеств человека как биосоциального существа метод		антропологический
ShortAnswer	Рассчитан на выявление и учёт иррациональных факторов политической деятельности, акцентирует внимание на субъективных механизмах политического поведения (побуждениях, желаниях, страстях и т.п.), с его помощью анализируются индивидуальные качества, черты характера, устойчивые психологические реакции, свойственные людям в процессе политической деятельности метод		Психологический; психоанализ

### **Контрольная работа (пример тем)**

1. Формирование представлений о политических изменениях.
2. Предпосылки необходимые для образования основ современного общества.
3. Основные методологические истоки теории модернизации.
4. Понятие переходного общества в процессе модернизации.

### **Индивидуальное задание (пример тем докладов)**

**Подготовить на выбор сообщения на темы (возможные формы доклад, реферат, презентация) дополнительные темы докладов по дисциплине согласовываются с преподавателем:**

1. В. Вильсон и Ф. Гуднау – основоположники американской школы государственного администрирования
2. А. Файоль – классик французской школы административно-государственного управления.
3. Людвиг Эрхард – ученый и государственный деятель современной Германии
4. Развитие теории бюрократии во Франции в 1960-х-1970-х гг.
5. Мишель Крöße и его вклад в теорию бюрократии
6. Европейские теории бюрократии 1970-х-1980-х гг. о связи административной и политической деятельности
7. Теория бюрократии в США в 1920-х-1950-х гг.
8. Поведенческий подход и развитие теории бюрократии в США 1950-х гг.
9. Классическая школа и развитие теории бюрократии в трудах Т. Уайта
10. Классическая школа и развитие теории бюрократии в трудах А. Файоля
11. «Научный менеджмент» и его влияние на развитие теории бюрократии (Г. Форд, Ф. Тейлор)
12. Концепция бюрократии Л. Фон Мизеса
13. Критика концепции М. Вебера в 1960-х – 1970-х гг. 19. Развитие теории бюрократии в России в конце 1980-х – 1990-х гг.
14. Гражданское общество в политической системе, его институты.
15. Элвин Тоффлер – Концепция развития будущего современного общества.

### **8.3. Перечень вопросов для аттестации по дисциплине**

1. Политология как научная дисциплина.

2. Методы исследования и функции политологии.
3. Понятия - политика и политология, определение основные свойства.
4. Политическая мысль в эпоху античности.
5. Политическая мысль в Средние века, Возрождения и Нового времени основные этапы развития.
6. Политическая мысль в России.
7. Понятие и функции власти в политической науке.
8. Виды власти, свойства власти, проблема легитимности власти.
9. Сущность и основные теории происхождения государства.
10. Основные формы государственного правления.
11. Основные формы государственно-территориального устройства.
12. Правовое государство и гражданское общество.
13. Проблемы формирования гражданского общества в России.
14. Понятие и основные виды субъектов политики.
15. Группы интересов как субъекты политики.
16. Определение, виды и функции политических элит.
17. Понятие политического лидерства.
18. Политическая партия: сущность, типология, функции.
19. Основные типы партийных систем.
20. Основные типы избирательных систем.
21. Основные теоретические концепции политических систем.
22. Понятие и основные типы политических режимов: демократия, авторитаризм, тоталитаризм.
23. Политические идеологии.
24. Политическая культура и её основные элементы.
25. Социально-политическое развитие Российской Федерации в современном мире.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	87-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких кон-	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализи-	хорошо		67-87

	текстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	ровать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		51-66
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 50

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень нормативных и правовых документов, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Зеленков, М. Ю. Политология: учебник / М. Ю. Зеленков. — 2-е изд., доп. и уточн. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 340 с. - ISBN 978-5-394-02889-2. - Текст: элек. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093224>– Режим доступа: по подписке.
2. Гаджиев, К. С. Политология: учебник / К. С. Гаджиев, Э. Н. Примова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 384 с. — (Высшее образование: Специалитет). - ISBN 978-5-16-016547-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1178787>– Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

1. Багдасарян, В. Э. Историческая политика : учебник / В.Э. Багдасарян, В.В. Бушуев. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 336 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1229517. - ISBN 978-5-16-016767-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1229517> – Режим доступа: по подписке.
2. Политология : учебник / под общ. ред. Я.А. Пляйса, С.В. Расторгуева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 414 с. - (Высшее образование: Специалитет). - ISBN 978-5-16-016548-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1178790>. – Режим доступа: по подписке.
3. Троненкова, О. М. Политология в схемах : краткий курс лекций / О. М. Троненкова. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 47 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1895973>– Режим доступа: по подписке.

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания

- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п. 11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**  
**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Правовое регулирование в профдеятельности»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: Реклама и связи с общественностью**

**Профиль: Коммуникации в политике и бизнесе**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Житиневич Дмитрий Геннадьевич, кандидат юридических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Правовое регулирование в профдеятельности».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Правовое регулирование в профдеятельности»

**Цель изучения дисциплины:** знакомство с законодательной базой деятельности рекламных и PR-агентств, приобретение практических навыков анализа конфликтных ситуаций, связанных с нарушением профессиональных прав рекламистов и СМИ, с инкриминируемыми им нарушениями обязанностей рекламистов и СМИ, нарушениями прав и интересов физических и юридических лиц.

### Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных законодательных и нормативных актов в сфере массовой информации,
- научить студентов анализировать правовые ситуации, возникающие в результате деятельности рекламного и PR -агентства,
- выработать у студентов навык обращения с документами, регламентирующими эту деятельность.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК – индикатор достижения компетенции)	Результаты обучения по дисциплине
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 Анализирует тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях исходя из экономических и политических механизмов их функционирования. ОПК-5.2 Учитывает данные анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны в профессиональной деятельности.	<b>Знать:</b> правовые основы в рекламной деятельности <b>Уметь:</b> применять принципы профессиональной этики <b>Владеть:</b> навыками применения базовых юридических знаний в организации работы

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по графическому дизайну» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки магистрантов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (самостоятельная работа).

удиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1: Законодательство РФ о СМИ и рекламе и его структура	Понятие информационно-правовых отношений, субъекта и объекта информационного права. Иерархия и структура актов законодательства РФ, регулирующих деятельность рекламных агентов. Закон РФ «О средствах массовой информации» как основа российского законодательства о СМИ. История разработки и обстоятельства принятия закона о рекламе. Структура закона, основные понятия, используемые в нем. Поправки и дополнения в законе.
2	Тема 2: Свобода массовой информации	Понятие «свободы массовой информации». Основные принципы свободы массовой информации. Конституционные гарантии свободы СМИ. Доступ к информации: возможности граждан и прессы. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Экономические аспекты проблемы реализации свободы массовой информации и обеспечения профессиональной самостоятельности и независимости СМИ.
3	Тема 3: Организационно-правовые основы деятельности СМИ, рекламных и пиар агентств	Учреждение, регистрация и лицензирование. Правовые отношения учредителя, редакции, издателя, распространителя,

		журналиста. Редакционный устав и договор. Принятие и утверждение устава. Организационно-правовые проблемы
4	Тема 4: Порядок распространения массовой информации	Выходные данные, тираж, обязательные экземпляры и обязательные сообщения. Основания для прекращения по решению суда распространения продукции СМИ. Проблема функционирования СМИ при введении чрезвычайного положения: ст. 23 п. «б» Федерального закона «О чрезвычайном положении». Особенности распространения рекламы и эротических изданий. Основные положения Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Ответственность за нарушение закона о рекламе.
5	Тема 5: Права и обязанности работника в сфере рекламы и PR	Права и обязанности журналиста согласно Трудовому кодексу. Юридическое определение понятия «журналист». Право журналиста на доступ к информации. Государственная и иные охраняемые законом тайны. Специальный статус. Порядок аккредитации. Проблемы, связанные с реализацией журналистом своих прав. Обязанности журналиста. Недопустимость злоупотребления правами. Ответственность за злоупотребления правами журналиста и воспрепятствование в реализации этих прав.
6	Тема 6: Авторское право и СМИ	Законодательство об авторском праве и смежных правах. Структура ч.IV ГК РФ. Понятия авторского и смежных прав. Возникновение авторского и смежных прав. Имущественные и неимущественные права автора. Авторский договор. Служебные произведения. Произведения, не охраняемые авторским правом. Предусмотренные законом случаи свободного использования произведений без согласия автора и выплаты авторского вознаграждения. Права и обязанности редакций СМИ в отношении авторских произведений и писем: ст. 42 Закона РФ «О СМИ». Защита авторского и смежных прав. Международные конвенции об авторском праве.
7	Тема 7: Реклама в СМИ: правовые нормы	Федеральный закон РФ «О рекламе». Структура закона. Основные понятия. Требования к рекламе. Ненадлежащая, недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная реклама. За-

		<p>прет сравнительной рекламы. Скрытая реклама в понимании закона РФ «О СМИ» и закона РФ «О рекламе». Политическая реклама. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, медикаментов и медицинских услуг. Ответственность за нарушения закона РФ «О рекламе».</p>
8	<p>Тема 8: Правовые нормы, регламентирующие участие работника в сфере рекламы и PR в предвыборной кампании</p>	<p>Предвыборная агитация в периодической печати, на радио, телевидении - возможности журналиста и редакций СМИ. Проблема разделения понятий «агитация» и «информирование». Основные положения федеральных законов: «Об основных гарантиях избирательных прав и права на референдум граждан РФ», «О выборах президента РФ», «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания РФ». Ответственность за нарушение порядка и правил проведения агитации и информирования.</p>

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Законодательство РФ о СМИ и рекламе и его структура

Тема 2: Свобода массовой информации

Тема 3: Организационно-правовые основы деятельности СМИ, рекламных и пиар агентств

Тема 4: Порядок распространения массовой информации

Тема 5: Права и обязанности работника в сфере рекламы и PR

Тема 6: Авторское право и СМИ

Тема 7: Реклама в СМИ: правовые нормы

Тема 8: Правовые нормы, регламентирующие участие работника в сфере рекламы и PR в предвыборной кампании

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Законодательство РФ о СМИ и рекламе и его структура	Письменное изложение основных тезисов темы.
2	Свобода массовой информации	Письменный ответ на вопрос (эссе) на тему: Что значит свободная печать, радио, телевидение?
3	Организационно-правовые основы деятельности СМИ, рекламных и пиар агентств	Дискуссия в аудитории на темы (один из студентов предварительно готовит доклад по выбранной теме): 1. Проблема монополизации и концентрации в сфере СМИ.

		<p>2. Проблема функционирования СМИ при введении чрезвычайного положения.</p> <p>3. Государственная поддержка СМИ.</p> <p>4. Правила аккредитации. Нарушение закона «О СМИ» в правилах аккредитации различных организаций и учреждений (пример Новосибирской области обязателен).</p>
4	Порядок распространения массовой информации	Письменное изложение основных тезисов темы.
5	Права и обязанности работника в сфере рекламы и PR	Письменный ответ на вопрос (эссе): Основные права и обязанности журналиста. Сложности в их реализации.
6	Авторское право и СМИ	Письменное изложение основных тезисов темы.
7	Реклама в СМИ: правовые нормы	<p>Ответы на вопросы:</p> <p>1. Анализ нарушений закона «О рекламе» (в том числе на примере калининградских СМИ).</p> <p>2. Обзор практики рассмотрения споров, связанных с нарушением закона «О рекламе».</p> <p>3. Социальная реклама: истоки возникновения и перспективы развития.</p> <p>4. Защита несовершеннолетних в законодательстве о рекламе и СМИ.</p>
8	Правовые нормы, регламентирующие участие работника в сфере рекламы и PR в предвыборной кампании	<p>Дискуссия в аудитории на темы:</p> <p>1. Выборы и журналистское расследование.</p> <p>2. Политическая агитация и информирование: в чем разница?</p> <p>3. Анализ наиболее частых нарушений журналистами закона во время предвыборной кампании.</p>

#### 5.4. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Законодательство РФ о СМИ и рекламе и его структура	<p><i>Оцените следующую ситуацию с точки зрения закона «О СМИ» и УК РФ:</i></p> <p>Журналист областной газеты Соловьев, проанализировав состояние работы по обеспечению техники безопасности на машиностроительном заводе «Ротор», подготовил разгромную статью о нарушениях правил безопасности на указанном предприятии и передал ее для публикации главному редактору газеты Лаптеву. Однако под давлением директора завода, не заинтересованного в распространении объективной информации, Лаптев отклонил критическую статью журналиста, и она не была опубликована. Кроме того, главный редактор газеты рекомендовал Соловьеву в дальнейшем сосредоточиться на другой тематике. Обиженный журналист обратился с жалобой в суд.</p>
2	Свобода массовой информации	<p><i>Письменно дайте ответ на задание.</i></p> <p>В телевизионной передаче «Вкусная еда» ведущий Соцков, демонстрируя приготовление блюд, целенаправленно обращал внимание телезрителей на несколько продуктов, представляемых по сюжету передачи. При этом он постоянно упоминал пищевой концентрат «Том» – одну из вкуснейших современных добавок. Просмотр этой передачи вызвал у фирмы «Ту-</p>

		<p>рист» живой интерес к продукту «Том», который она закупила для продовольственного снабжения туристической компании. Однако после употребления пищевого продукта клиентами и его анализа независимыми экспертами было отмечено, что рекламируемые по телевидению вкусовые качества «Тома» явно не соответствуют тем характеристикам, о которых говорил ведущий Соцков в передаче. Более того, у некоторых клиентов фирмы, получивших продукт «Том» в качестве приправы, были отмечены аллергические реакции. Руководство фирмы «Турист» охарактеризовало действия Соцкова как скрытую и недостоверную рекламу и обратилось с иском в суд к телевизионной компании, потребовав от нее компенсацию морального ущерба и возмещения вреда, причиненного здоровью своих клиентов. Как необходимо квалифицировать действия Соцкова и правомерны ли требования фирмы «Турист»?</p>
3	<p>Организационно-правовые основы деятельности СМИ, рекламных и пиар агентств</p>	<p><i>Письменно ответьте на вопрос задания.</i></p> <p>В конце года по телевидению сообщили, что все долги по зарплате работникам бюджетной сферы погашены. В то же время в некоторых районах Приморского края учителя объявили забастовку в связи с невыплатой заработной платы за последние четыре месяца. Журналист Воронцов обратился в администрацию Приморского края с просьбой предоставить ему документы, содержащие подробные сведения об использовании бюджетных средств края за прошедший год. Ему в этой просьбе отказали, ссылаясь на то, что запрашиваемая информация является информацией ограниченного доступа. Журналист подал жалобу в суд.</p> <p>Прав ли Воронцов? Дайте информационно-правовую оценку позиции администрации края.</p>
4	<p>Порядок распространения массовой информации</p>	<p><i>Письменно ответьте на вопрос задания.</i></p> <p>В передаче «Наука сегодня», транслировавшейся по 1 каналу, доктор биологических наук, профессор Чашинский принялся рассуждать о влиянии Чернобыльской аварии на здоровье детей, проживающих в пораженной 30-километровой зоне. В заключение он сказал: «А вообще, уважаемые чернобыльцы, я советую вам на время вывезти своих детей с прилегающих к АЭС территорий, так как сейчас станция “дымит”, в ее работе выявлены неполадки и как бы она вновь не взорвалась». Ведущий передачи Кузасев безоговорочно поддержал ученого, отметив его большой вклад в исследование биологических проблем зараженных территорий после взрыва на Чернобыльской АЭС. На следующий после передачи день главы администраций Черниговской и Гомельской областей потребовали от руководства канала немедленно опровергнуть лживую информацию, будоражащую пострадавшее население, и строго наказать Чашинского и Кузасева. Профессор Чашинский и журналист Кузасев отказались от опровержения переданной информации, ссылаясь на публикации в прессе и собственные взгляды.</p> <p>Допущены ли в этом случае злоупотребления свободой массовой информации?</p>
5	<p>Права и обязанности работника в сфере рекламы и PR</p>	<p><i>Письменно ответьте на вопрос задания.</i></p> <p>По поручению главного редактора газеты «Приморье» корре-</p>

		<p>спондент Захаров регулярно подбирал и публиковал на страницах газеты наиболее интересные народные пословицы и поговорки, а затем собрал все публикации и издал книгу под своей фамилией. Книга мгновенно обрела популярность, ее стали переиздавать, а Захаров получил за нее большие гонорары и собирался заключить новый договор с издательством на переиздание произведения. Главный редактор газеты вызвал к себе корреспондента и, обвинив его в присвоении авторских прав на служебное произведение, заявил, что с этой минуты газета «Приморье» сама намерена издать книгу народных пословиц и поговорок по собственным публикациям и зарабатывать деньги. Захаров не согласился с позицией главного редактора и обжаловал его действия.</p> <p>Как разрешить этот информационно-правовой спор?</p>
6	Авторское право и СМИ	<p><i>Письменно ответьте на вопрос задания.</i></p> <p>Депутаты Костровского городского законодательного собрания, выполняя пожелания избирателей, приняли решение запретить в городе распространение выпусков специализированных радио- и телепрограмм эротического характера, а также розничную продажу продукции СМИ, специализирующихся на эротических материалах и сообщениях. С данным решение сессии согласился глава городской администрации. СМИ Костровска, специализирующиеся на материалах и сообщениях эротического характера, обжаловали действия депутатов законодательного собрания и главы администрации в суд.</p> <p>Кто в этой ситуации прав?</p>
7	Реклама в СМИ: правовые нормы	<p><i>Письменно проанализируйте эту ситуацию с точки зрения норм информационного права.</i></p> <p>Публицист Юрков напечатал в «Независимой газете» интересную статью под названием «Неоценимый капитал России», в которой приводил полученные от эксперта Совета безопасности России Коротких общие сведения о государственных запасах драгоценных металлов и камней, а также назвал размеры золотого запаса и валютных резервов РФ. Начальник отдела Совета безопасности Романов, прочитав в газете статью Юркова и выяснив, откуда он получил информацию, поставил перед своим руководством вопрос о привлечении к ответственности Коротких за разглашение сведений, которые относятся к государственной тайне.</p>
8	Правовые нормы, регламентирующие участие работника в сфере рекламы и PR в предвыборной кампании	<p><i>Письменно ответьте на вопрос задания.</i></p> <p>Из письма в редакцию журнала «Журналист»: «С нашей газетой сотрудничает очень много журналистов... Антимонопольный комитет выдал нам несколько предписаний о том, что в некоторых авторских материалах содержится недобросовестная реклама. Но разве редакция газеты должна отвечать за данные нарушения?! Мы считаем, что меры административного воздействия в связи с подобным нарушением должны быть применены к журналисту-реклампроизводителю, который разместил авторский текст, а не к газете, которая всего лишь предоставляла технические возможности (газетную площадь)».</p> <p>Правы ли авторы письма?</p>

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### *Лекционные занятия.*

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.

### *Практические и семинарские занятия.*

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### *Самостоятельная работа.*

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1: Законодательство РФ о СМИ и рекламе и его структура	ОПК-5	Опрос
Тема 2: Свобода массовой информации	ОПК-5	Опрос, контрольная работа
Тема 3: Организационно-правовые основы деятельности СМИ, рекламных и пиар агентств	ОПК-5	Опрос

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 4: Порядок распространения массовой информации	ОПК-5	Опрос
Тема 5: Права и обязанности работника в сфере рекламы и PR	ОПК-5	Опрос
Тема 6: Авторское право и СМИ	ОПК-5	Опрос, контрольная работа
Тема 7: Реклама в СМИ: правовые нормы	ОПК-5	Опрос, контрольная работа
Тема 8: Правовые нормы, регламентирующие участие работника в сфере рекламы и PR в предвыборной кампании	ОПК-5	Опрос, контрольная работа, создание контрольного кейса

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

*Например,*

Доклад

*Цель задания*

Сбор и анализ информации на заданную тему.

*Алгоритм выполнения*

Обучающийся готовит доклад на заданную тему. Доклад оформляется в виде презентации согласно правилам, изученным в ходе лекционных занятий.

Презентация рассматривается на занятии. По завершении презентации в режиме свободной дискуссии обучающиеся совместно с преподавателям обсуждают полученную информацию.

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Какие федеральные законы входят в законодательство РФ о средствах массовой информации?
2. Структура Федерального закона «О СМИ». Дата принятия закона. О чем говорится в ст. 3 закона «О СМИ»?
3. Что понимается под «свободой массовой информации»? Какие статьи закона «О СМИ» закрепляют право журналиста свободно искать, получать, производить, рас-

пространять информацию? Какие еще законы (нормативные акты) закрепляют это право?

4. В каких случаях регистрировать средство массовой информации не требуется? В каких случаях свидетельство о регистрации СМИ может быть признано недействительным?
5. Может ли учредитель обязать редакцию газеты поместить бесплатно на первой полосе материал от его имени? Кто несет ответственность за содержание данного материала? Может ли редакция газеты являться учредителем?
6. В каких случаях лицензия на вещание может быть аннулирована?
7. Что такое «обязательные сообщения»? Обязаны ли редакции всех СМИ по требованию Государственной противопожарной службы на безвозмездной основе выпускать в свет (в эфир) оперативную информацию по вопросам пожарной безопасности?
8. В каких случаях журналисту могут отказать в предоставлении информации?
9. Что такое аккредитация? Что должны включать в себя правила аккредитации организаций и учреждений? Имеет ли право охрана государственных учреждений не пропускать туда журналистов, которые не имеют аккредитации при данном учреждении?
10. Что является объектом авторского права согласно законодательству об интеллектуальной собственности? Какие произведения не являются объектами авторского права?
11. Является ли журналистский материал, написанный по заданию редакции, служебным произведением?
12. В каких случаях возможно использование авторского произведения без согласия автора и выплаты авторского вознаграждения?
13. Что такое «контрафактные экземпляры»?
14. Какая реклама является недостоверной (назовите не менее пяти признаков)?
15. Может ли реклама полностью являться объектом авторского или смежных прав?
16. Продолжите фразу: «В радио- и телепрограммах не допускается прерывать рекламой...»
17. Каковы полномочия федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламы?
18. Имеет ли право кандидат (избирательное объединение) согласно Федеральному закону «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» получить за плату дополнительное эфирное время?
19. В каких случаях журналисту запрещается участвовать в освещении избирательной кампании?
20. Какие периодические печатные издания не вправе публиковать агитационные предвыборные материалы согласно Федеральному закону «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации»?
21. Имеет ли журналист право производить видео- или киносъемку процесса голосования отдельного гражданина?

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение,	отлично	зачтено	86-100

		решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Малько, А. В. Правоведение : учебник / А. В. Малько, В. В. Субочев. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 304 с. - ISBN 978-5-91768-752-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1105866>. – Режим доступа: по подписке.
2. Смоленский, М. Б. Правоведение : учебник / М. Б. Смоленский. — 3-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. - 422 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01534-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1663731>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Конституция Российской Федерации: Текст. Комментарии. Алфавитно-предметный указатель/ Ассоц. юристов России; сост. П. В. Крашенинников, С. В. Степашин, В. Ф. Яковлев, Москва: Статут, 2013, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
2. Трудовой кодекс Российской Федерации: по состоянию на 25 апреля 2017 г. : с учетом изм., внесенных Федер. законом от 28 дек. 2016 г. № 505-ФЗ. Москва: Проспект, 2017, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт)
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации: по состоянию на 25 сент. 2012 г. : с учетом изм., внесенных Федер. законами от 5 июня 2012 г. №51-ФЗ, от 14 июня 2012 г. №78-ФЗ, М.: Проспект: КноРус, 2012, научный абонемент.

4. Уголовный кодекс Российской Федерации: по сост. на 20 окт. 2016 г., Новосибирск: Норматика, 2016, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
5. Кодекс РСФСР об административных правонарушениях: Официальный текст по состоянию на 15 января 2001 года, М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2001, научный абонемент
6. Новый сборник законов Российской Федерации.С изменениями и дополнениями на 20 февраля 2001.: Включая новые редакции законов:"О воинской обязанности и военной службе",О высшем и послевузовском профессиональном образовании",Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации" и др., М.: Славян. дом кн., 2000, научный абонемент.
7. Авторское право в издательском бизнесе и СМИ: практ. пособие/ М. А. Невская, Е. Е. Сухарев, Е. Н. Тарасова, М.: Дашков и К°, 2010, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
8. Правовые основы журналистики: словарь-справочник, Ростов-на-Дону Феникс, 2006
9. Информационное право: учеб. для магистров/ И. Л. Бачило; РАН, Ин-т государства и права, Акад. правовой ун-т (ин-т), Москва: Юрайт, 2015, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
10. Право и этика в журналистике: курс лекций/ В. В. Ворошилов, СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004, научный абонемент.
11. Журналистика: учеб. для вузов/ Ворошилов В. В.; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики, М.: КноРус, 2009, научный абонемент.
12. Выборы и журналистское расследование/ Ин-т развития избирательных систем (ИРИС); Отв. ред. Д. Скиллен, М.: Права человека, 2001, научный абонемент.
13. Комментарий к закону об авторском праве и смежных правах: Судебная практика/ Э. П. Гаврилов, М.: Экзамен, 2003, научный абонемент.
14. Политическая реклама : портрет лидера, Москва РИП-Холдинг, 1998.
15. Правовые основы функционирования редакции: Учебное пособие/ С. Л. Давтян, М.: Аспект Пресс, 2002, научный абонемент.
16. Политическая реклама/ Е. В. Егорова-Гантман, К. Плешаков, М.: Никколо-Медиа, 2002, научный абонемент.
17. Журналистское расследование. История метода и современная практика/ под общ. ред. А.Д. Константинова, СПб.: Нева М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003, научный абонемент.
18. Информационное право: Учебник/ МГЮА, М.: Юристь, 2004, научный абонемент.
19. Профессиональная этика журналиста: учеб. для вузов/ Г. В. Лазутина, М.: Аспект Пресс, 2011, научный абонемент.
20. Авторское право: учеб. пособие/ под ред. Э.П. Гаврилова, Москва: Юрид. лит., 1999, научный абонемент.
21. Информационное право: учеб. для магистров/ И. М. Рассолов, М.: Юрайт, 2012, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
22. Правовые основы журналистики: учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Журналистика"/ А. Г. Рихтер; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. Журналистики, М.: Изд-во МГУ, 2002, научный абонемент.
23. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник для студ.вузов,обуч.по спец.021100"Юриспруденция"/ Сергеев А.П., М.: Проспект, 2004, научный абонемент.
24. Право массовой информации в Российской Федерации/ М. А. Федотов, М.: Междунар. отношения, 2002, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).
25. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики/ А. М. Эрделевский, М.: Волтерс Клувер, 2004, ч.з.№7 ул.Фрунзе,6 (Юридический институт).

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-  
шего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила  
Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Производство медиапродукта»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол №8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Производство медиапродукта»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Производство медиапродукта»

Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ разработки и развития торговых марок (брендов) с использованием нестандартных инновационных инструментов в брендинге.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.	<b>Знать:</b> - особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. <b>Уметь:</b> - организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. <b>Владеть:</b> - навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и	<b>Знать:</b> - основные принципы взаимодействия общественных и государственных институтов. <b>Уметь:</b> - выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.

<p>ных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеть:</b> - навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов..</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. ОПК-3.2 Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p><b>Знать:</b> - этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. <b>Уметь:</b> - осуществлять аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. <b>Владеть:</b> навыками авторской и редакторской деятельности по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с об-</p>	<p><b>Знать:</b> - основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> - осуществлять отбор и внедрение в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение <b>Владеть:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p>

	щественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Производство медиапродукта» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий. Для очной формы обучения объем контактной работы составляет 64 часа, объем самостоятельной работы – 188 часов.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Понятие медиапланирования	Понятие медиапланирования. Основные категории. Расчёт эффективности использования медиаканалов. Основные показатели медиапланирования: GRP, TRP, CPP, CPT, охват, affinity index

2	Тема 2. Основы копирайтинга.	Основы копирайтинга. Правила технического составления текста. Правила написания пресс-релизов. Правила рассылки пресс-релизов и размещения статей. Имиджевая статья: особенности жанра. Особенности копирайтинга в рекламе и PR
3	Тема 3. Рекламные материалы и их размещение	Виды рекламных материалов. Наружная реклама. Аудиореклама. Видеореклама. Нестандартные носители рекламной информации. Интернет-реклама. Рекламные публикации.
4	Тема 4. Организация творческой деятельности	Организация творческой деятельности в рекламном агентстве. Техническое задание (бриф) и его роль в деятельности менеджера по рекламе. Специфика заполнения технического задания. Компоненты технического задания. Ошибки при заполнении технического задания. Особенности работы с заказчиком в процессе заполнения технического задания.
5	Тема 5. Творческие приемы в рекламе	Изучение продукта: экскурсия на производство, дегустации, использование услуги, беседы с активными потребителями продукта. Виды изучения сложившихся представлений: социологические исследования. Глубинные фокусированные интервью как инструмент исследования. Творческие приемы в рекламе
6	Тема 6. Разработка идей печатной рекламы	Печатная реклама: ее особенности. Направления применения ИПР. Виды ИПР. Примеры удачных разработок идей печатной рекламы. Варианты идей печатной рекламы и способы их презентации заказчику
7	Тема 7. Базовые принципы рекламного дизайна: шрифт, логотип	Понятие дизайна. Специфика дизайна в рекламе. Креатив в дизайне. Понятие шрифта. Виды шрифтов. Использование шрифтов в рекламе. Логотип и товарный знак. Оценка логотипов
8	Тема 8. Разработка упаковки	Понятие упаковки. Виды упаковки. Способы разработки упаковки. Инструменты оценки упаковки. Креативная упаковка
9	Тема 9. Наружная реклама как инструмент системы продвижения	Специфика создания наружной рекламы. Виды наружной рекламы. Требования к наружной рекламе бх3. Способы экспертной оценки наружной рекламы. Образцы креативной наружной рекламы
10	Тема 10. Производство оригинал-макета печатной рекламы	Ретушь и техническая цветокоррекция. Творческая цветокоррекция, монтаж, окончательная сборка. Вычитка и предпе-

		чатная подготовка. Производство плакатов печатной рекламы. Примеры удачной печатной рекламы
11	Тема 11. Принципы создания модульной газетной рекламы	Классификация газет. Положительные и слабые стороны газетной рекламы. Важнейшие критерии при выборе размещения газетной рекламы. Особенности размещения рекламы в газетах. Виды печатной рекламы в газетах. Модульная реклама в газетах. Виды модульной рекламы
12	Тема 12. Производство видеорекламы	Классификация видеороликов. Терминология, используемая в производстве видеорекламы. Этапы видеопродакшена. Составление сметы и графика работ. Режиссерское видение, раскадровка. Подготовка к съемке и съемка видеоролика. Послесъемочные работы.
13	Тема 13. Спонсорская деятельность.	Спонсорская деятельность как одно из направлений деятельности менеджера по рекламе и PR. Фандрайзинг как обратная сторона спонсорства. Составные части спонсорской деятельности. Подготовка спонсорского пакета. Виды спонсорского участия. Информационное и техническое спонсорство. Отличие благотворительности и меценатства от спонсорства.
14	Тема 14. PR первого лица	Понятие PR первого лица. Примеры успешных реализаций PR первого лица в практике международных и российских компаний. Обоснованность стратегии продвижения организации на основе PR первого лица компании. Алгоритм разработки PR первого лица на примере Virgin Corporation и ее лидера – Ричарда Бренсона
15	Тема 15. Корпоративные СМИ	Корпоративные СМИ как способ выстраивания корпоративной идентичности. Структура корпоративных СМИ. Типы корпоративных СМИ. Целевые аудитории корпоративных СМИ
16	Тема 16. Event как медиапродукт	Место event-marketing'a в системе продвижения предприятия. Задачи, решаемые с помощью event-marketing'a. Достоинства event-marketing'a. Характерные черты event-marketing'a. Виды event-marketing'a. Основные ошибки при планировании event-мероприятий
17	Тема 17. Эффективность медиапродукта	Понятие эффективности в рекламе. Коммуникативная составляющая эффективности медиапродукта. Экономическая со-

	ставляющая эффективности медиапродукта. Эффективность интернет-каналов и социальных сетей
--	---

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Понятие медиапланирования	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие медиапланирования.</li> <li>2. Основные категории.</li> <li>3. Расчет эффективности использования медиаканалов.</li> <li>4. Основные показатели медиапланирования: GRP, TRP, CPP, CPT, охват, affinity index.</li> </ol>
2	Тема 2. Основы копирайтинга.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы копирайтинга.</li> <li>2. Правила технического составления текста.</li> <li>3. Правила написания пресс-релизов.</li> <li>4. Правила рассылки пресс-релизов и размещения статей.</li> <li>5. Имиджевая статья: особенности жанра.</li> <li>6. Особенности копирайтинга в рекламе и PR.</li> </ol>
3	Тема 3. Рекламные материалы и их размещение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды рекламных материалов.</li> <li>2. Наружная реклама.</li> <li>3. Аудиореклама. Видеореклама.</li> </ol>
4	Тема 4. Организация творческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация творческой деятельности в рекламном агентстве.</li> <li>2. Техническое задание (бриф) и его роль в деятельности менеджера по рекламе.</li> <li>3. Специфика заполнения технического задания.</li> <li>4. Компоненты технического задания.</li> <li>5. Ошибки при заполнении технического задания.</li> <li>6. Особенности работы с заказчиком в процессе заполнения технического задания.</li> </ol>
5	Тема 5. Творческие приемы в рекламе	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Творческие приемы в рекламе.</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Изучение продукта: экскурсия на производство, дегустации, использование услуги, беседы с активными потребителями продукта.</li> <li>3. Виды изучения сложившихся представлений: социологические исследования.</li> </ol>
6	Тема 6. Разработка идей печатной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Печатная реклама: ее особенности.</li> <li>2. Направления применения ИПР.</li> <li>3. Виды ИПР.</li> </ol>
7	Тема 7. Базовые принципы рекламного дизайна: шрифт, логотип	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие дизайна. Специфика дизайна в рекламе. Креатив в дизайне.</li> <li>2. Понятие шрифта. Виды шрифтов. Использование шрифтов в рекламе.</li> <li>3. Логотип и товарный знак. Оценка логотипов.</li> </ol>
8	Тема 8. Разработка упаковки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие упаковки. Виды упаковки.</li> <li>2. Способы разработки упаковки.</li> <li>3. Инструменты оценки упаковки.</li> <li>4. Креативная упаковка.</li> </ol>
9	Тема 9. Наружная реклама как инструмент системы продвижения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика создания наружной рекламы.</li> <li>2. Виды наружной рекламы.</li> <li>3. Способы экспертной оценки наружной рекламы.</li> <li>4. Образцы креативной наружной рекламы.</li> </ol>
10	Тема 10. Производство оригинал-макета печатной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ретушь и техническая цветокоррекция.</li> <li>2. Творческая цветокоррекция, монтаж, окончательная сборка.</li> <li>3. Вычитка и предпечатная подготовка.</li> </ol>
11	Тема 11. Принципы создания модульной газетной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация газет.</li> <li>2. Сильные и слабые стороны газетной рекламы.</li> <li>3. Важнейшие критерии при выборе размещения газетной рекламы.</li> </ol>
12	Тема 12. Производство видеорекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация видеороликов.</li> <li>2. Терминология, используемая в производстве видеорекламы.</li> <li>3. Этапы видеопродакшена.</li> <li>4. Составление сметы и графика работ.</li> </ol>
13	Тема 13. Спонсорская деятельность.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спонсорская деятельность как одно из направлений деятельности менеджера по рекламе и PR.</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Фандрайзинг как обратная сторона спонсорства.</li> <li>3. Составные части спонсорской деятельности.</li> <li>4. Подготовка спонсорского пакета.</li> <li>5. Виды спонсорского участия.</li> </ul>
14	Тема 14. PR первого лица	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие PR первого лица.</li> <li>2. Примеры успешных реализаций PR первого лица в практике международных и российских компаний.</li> <li>3. Обоснованность стратегии продвижения организации на основе PR первого лица компании.</li> <li>4. Алгоритм разработки PR первого лица на примере Virgin Corporation и ее лидера – Ричарда Бренсона.</li> </ul>
15	Тема 15. Корпоративные СМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Корпоративные СМИ как способ выстраивания корпоративной идентичности.</li> <li>2. Структура корпоративных СМИ.</li> </ul>
16	Тема 16. Event как медиапродукт	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Место event-marketing'а в системе продвижения предприятия.</li> <li>2. Задачи, решаемые с помощью event-marketing'а.</li> <li>3. Достоинства event-marketing'а.</li> </ul>
17	Тема 17. Эффективность медиапродукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «эффективная реклама».</li> <li>2. Критерии эффективности медиапродукта.</li> <li>3. Коммуникационная эффективность медиапродукта.</li> <li>4. Экономическая эффективность ремедиапродукта.</li> </ul>

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Понятие медиапланирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Основные показатели медиапланирования: GRP, TRP, CPP, CPT, охват, affinity index.</li> <li>2. Расчет эффективности использования медиаканалов. Рейтинги.</li> <li>3. Основные показатели медиапланирования: GRP, TRP, CPP, CPT, охват, affinity index.</li> </ul>
2	Тема 2. Основы копирайтинга.	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Создание текста, принадлежащего к одному из рассмотренных видов PR-текстов.</li> <li>2. Презентация выполненной работы, ее обсуждение и рассмотрение преподавателем.</li> </ul>

3	Тема 3. Рекламные материалы и их размещение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нестандартные носители рекламной информации.</li> <li>2. Интернет-реклама.</li> <li>3. Рекламные публикации</li> </ol>
4	Тема 4. Организация творческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Заполнение технического задания, имитация работы с заказчиком в процессе заполнения технического задания.</li> <li>2. Презентация выполненной работы, ее обсуждение и рассмотрение преподавателем.</li> </ol>
5	Тема 5. Творческие приемы в рекламе	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социологические исследования.</li> <li>2. Глубинные фокусированные интервью.</li> </ol>
6	Тема 6. Разработка идей печатной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Примеры удачных разработок идей печатной рекламы.</li> <li>2. Варианты идей печатной рекламы и способы их презентации заказчику</li> </ol>
7	Тема 7. Базовые принципы рекламного дизайна: шрифт, логотип	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие шрифта. Виды шрифтов.</li> <li>2. Логотип и товарный знак.</li> <li>3. Разбор различных графических примеров.</li> </ol>
8	Тема 8. Разработка упаковки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рассмотрение различных вариантов упаковки товаров.</li> <li>2. Успешные креативные идеи в упаковке товаров.</li> </ol>
9	Тема 9. Наружная реклама как инструмент системы продвижения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды наружной рекламы.</li> <li>2. Требования к наружной рекламе бх3.</li> <li>3. Разбор эскизов наружной рекламы.</li> </ol>
10	Тема 10. Производство оригинал-макета печатной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Производство плакатов печатной рекламы.</li> <li>2. Разбор примеры удачной печатной рекламы.</li> </ol>
11	Тема 11. Принципы создания модульной газетной рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Важнейшие критерии при выборе размещения газетной рекламы.</li> <li>2. Виды модульной рекламы.</li> <li>3. Модульная реклама в газетах - разбор практического задания.</li> <li>4.</li> </ol>
12	Тема 12. Производство видеорекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Режиссерское видение, раскадровка.</li> <li>2. Подготовка к съемке и съемка видеоролика.</li> <li>3. Послесъемочные работы.</li> </ol>
13	Тема 13. Спонсорская деятельность.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Информационное и техническое спонсорство.</li> <li>2. Отличие благотворительности и меценатства от спонсорства</li> </ol>
14	Тема 14. PR первого лица	По заданному в ходе лекционно-практической части алгоритму разрабатывается программа продвижения компании с помощью PR первого лица
15	Тема 15. Корпоративные СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типы корпоративных СМИ.</li> </ol>

		2. Целевые аудитории корпоративных СМИ.
16	Тема 16. Event как медиапродукт	1. Выбор формата специального мероприятия. 2. Основные ошибки при планировании event-мероприятий.
17	Тема 17. Эффективность медиапродукта	Выбор критериев оценки эффективности рекламы (на примере конкретной рекламной кампании, реализованной за последние 24 месяца – на выбор студента).

#### Требования к самостоятельной работе студентов

№	Темы дисциплины	Задания для самостоятельной работы	Форма отчета
1	Тема 1. Понятие медиапланирования	По заданному в ходе лекционно-практической части алгоритму разрабатывается медиаплан. Созданный медиаплан представляется всей группе, подробно разбирается и утверждается преподавателем.	Письменная работа
2	Тема 2. Основы копирайтинга.	Создание текста, принадлежащего к одному из рассмотренных видов PR-текстов. Презентация выполненной работы, ее обсуждение и рассмотрение преподавателем.	Письменная работа
3	Тема 3. Рекламные материалы и их размещение	Создать рекламный текст для размещения в блоке контекстной рекламы.	Письменная работа
4	Тема 4. Организация творческой деятельности	Обсуждение медиапродукта с заказчиком – анализ проблемных вопросов.	Письменная работа
5	Тема 5. Творческие приемы в рекламе	Составить план беседы с активным потребителем выбранного продукта.	Письменная работа
6	Тема 6. Разработка идей печатной рекламы	Анализ актуальных примеров удачной печатной рекламы.	Презентация
7	Тема 7. Базовые принципы рекламного дизайна: шрифт, логотип	Привести примеры удачного и неудачного подбора шрифтов для рекламного продукта	Презентация
8	Тема 8. Разработка упаковки	Привести 4 примера удачного дизайна упаковки и 2 примера неудачного.	Презентация

9	Тема 9. Наружная реклама как инструмент системы продвижения	Анализ требований к наружной рекламе.	Письменная работа
10	Тема 10. Производство оригинал-макета печатной рекламы	Обзор требований к оригинал-макету печатной рекламы.	Письменная работа\презентация (по выбору)
11	Тема 11. Принципы создания модульной газетной рекламы	Найти пример модульной газетной рекламы и проанализировать его эффективность.	Презентация
12	Тема 12. Производство видеорекламы	Сформулировать принципы подбора актеров для рекламного видеоролика.	Письменная работа
13	Тема 13. Спонсорская деятельность.	Составить схему «Виды спонсорской деятельности, привести примеры»	Письменная работа\презентация (по выбору)
14	Тема 14. PR первого лица	Составить список наиболее частых ошибок при построении образа первого лица.	Письменная работа\презентация (по выбору)
15	Тема 15. Корпоративные СМИ	Студенты выбирают или получают от преподавателя торговую марку/предприятие По заданному в ходе лекционно-практической части алгоритму разрабатывается корпоративное издание для выбранной марки.	Практикум
16	Тема 16. Event как медиапродукт	Составить схему «Форматы специального мероприятия и их особенности»	Письменная работа\презентация (по выбору)
17	Тема 17. Эффективность медиапродукта	Перечислить инструменты оценки эффективности медиапродукта	Письменная работа\презентация (по выбору)

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

См. Приложение

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1239252>

2. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. ISBN 978-5-394-02629-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>.
3. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд ; пред. и пер. с англ. Б.Л. Ерёмкина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039965>

#### **Дополнительная литература**

1. Старов, С. А. Управление брендами : учебник / С. А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - ISBN 978-5-288-06100-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840353>
2. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие / П. Е. Родькин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 92 с. - ISBN 978-5-4499-1291-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1908047>.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«СМИ в системе политических коммуникаций»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Струкова Е.М., старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «СМИ в системе политических коммуникаций».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «СМИ в системе политических коммуникаций»

**Цель дисциплины:** является изучение магистрами места и роли средств массовой информации в системе политических коммуникаций, формирование представлений о средствах массовой информации с одной стороны, как субъекте политического процесса, инструмента политических технологий и с другой, как об объекте политического воздействия. Формирование навыков анализа взаимодействия СМИ со структурами власти, политическими организациями, другими субъектами политического процесса.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.	<b>Знать:</b> - основные формы сотрудничества со СМИ; - государственные и общественные СМИ, их роль в политических процессах, в формировании гражданского общества; роль средств массовой информации в современной российской политике, в жизни современного российского общества; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации; <b>Уметь:</b> - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия со СМИ; <b>Владеть:</b> - представлениями о СМИ как субъекте политики, объекте политического воздействия и трансляторе представлений о внешней и внутренней политике среди населения России.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «СМИ в системе политических коммуникаций» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа «Коммуникации в политике и бизнесе».

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве	Информационные и коммуникативные процессы в политическом пространстве. СМИ неотъемлемый элемент политических коммуникаций. Политические функции СМИ. Возможности политического влияния СМИ. «Четвертая власть» как субъект политических дискуссий. Гласность как инструмент демократизации общества и изменения конфигурации политического поля. Функциональные особенности средств массовой информации на раннедемократическом этапе общественно-политической трансформации (развитие субъект-объектных отношений между властью, СМИ и аудиторией, миссия "посредника" в общественном диалоге).
2	Тема 2. Основные этапы развития институционализации медиаполитического пространства в России	Модели политики и типы участия средств массовой информации в политическом процессе. Функции и роль средств массовой информации при тоталитарном режиме. Партийное руководство и управление советской прессой. Структурно-функциональные особенности советской прессы. Роль СМИ в либерализации советского режима. Журналистика эпохи гласности.

		СМИ в структуре публичной политики. Журналистика в организации публичного диалога. Создание медиаполитической системы. Медиатизация политики. Формирование российской системы СМИ. Структура медиасистемы. Политические конфликты и роль прессы в развитии и разрешении конфликтов. СМИ и политическая культура. Пресса как средство социальной ориентации и политической идентификации.
3	Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс	Структура политических технологий. Возможности политического влияния СМИ. Основания политического манипулирования. Виды информационно-психологического воздействия, используемые отдельными видами СМИ. Технологии информационного насилия, манипулирования, массового внушения. Политическая пропаганда, политический PR, политическая реклама, политическая агитация, политическая журналистика: общее и особенное. Организация пропагандистских кампаний. Политическая реклама и паблик рилейшнз в системе идеологического воздействия. СМИ и современные технологии организации избирательных кампаний и информационного воздействия на аудиторию. Манипулятивный потенциал СМИ. Социально-психологические последствия медиатехнологий. Социальная аномия. Власть, СМИ и общество - параллельное существование.
4	Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации	СМИ и информационный обмен между политиками и гражданами, властью и обществом. СМИ- организатор диалога между всеми субъектами политики. Роль СМИ в формировании и выражение общественного мнения. Доверие к СМИ. Информационно-диалогические технологии организации общественно-политического взаимодействия (общественная экспертиза, информационный форум, мониторинг умонастроений). СМИ и их воздействие на межгрупповое взаимодействие и на дифференциацию социально-политических взглядов. Технологии общественной рефлексии, правила политического дискурса. СМИ как средство распространения демократических ценностей. Культура участия как стратегический проект деятельности СМИ.
5	Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов	Телевидение как наиболее влиятельное СМИ, размеры и структура его аудитории, длительность просмотра. Основные телеканалы, новостные программы, их содержание и влияние на телезрителей. Феномен программы "Время" как главной новостной программы страны. Разбор контента, сходств и различий в освещении важнейших внутри- и внешнеполитических событий на основных телеканалах. Аналитические и общественно-политические программы: формат, способы подачи информации, основная проблематика. Эффективность деятельности традиционных СМИ в

		ситуации роста влияния новых информационных технологий. Информационные технологии Интернет-сообществ в политическом процессе. Тенденции развития Интернет-сообществ в современном политическом процессе.
6	Тема 6. Проблемы политико-правового регулирования деятельности СМИ	Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан. Закон РФ «О СМИ». Другие сопутствующие медиадетельности законодательные акты. Содержание правовой культуры журналиста. Типичные нарушения права СМИ. Доступ журналистов к информации. Общие проблемы свободы доступа к информации. Информация ограниченного доступа в СМИ. Государственная тайна и проблемы свободы доступа к информации. Национальная безопасность и открытость правительственной информации в условиях демократии. Способы регулирования деятельности СМИ со стороны государства. Экономические способы воздействия на СМИ. Кадровые решения: замена руководства телекомпаний и отдельных сотрудников СМИ и т.п. Политические, экономические, правовые и профессионально-этические регуляторы политической журналистики.
7	Тема 7. Информационная политика российского государства на современном этапе	Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы. Определение и содержание государственной информационной политики. СМИ как объект и субъект государственной информационной политики России. Информационное пространство и информационная политика: точки пересечения. Позитивные и негативные аспекты информатизации. Воздействие государственной информационной политики на сферы общественной жизни. Проблемы информационного развития и информационной безопасности.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве

Тема 2. Основные этапы развития институционализации медиаполитического пространства в России

Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс

Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации

Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов

Тема 6. Проблемы политико-правового регулирования деятельности СМИ

Тема 7. Информационная политика российского государства на современном этапе.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве.

Информационные и коммуникативные процессы в политическом пространстве. СМИ неотъемлемый элемент политических коммуникаций. Политические функции СМИ. Возможности политического влияния СМИ. «Четвертая власть» как субъект политических дискуссий. Гласность как инструмент демократизации общества и изменения конфигурации политического поля. Функциональные особенности средств массовой информации на раннедемократическом этапе общественно-политической трансформации (развитие субъект-объектных отношений между властью, СМИ и аудиторией, миссия "посредника" в общественном диалоге).

Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс

Структура политических технологий. Возможности политического влияния СМИ. Основания политического манипулирования. Виды информационно-психологического воздействия, используемые отдельными видами СМИ. Технологии информационного насилия, манипулирования, массового внушения. Политическая пропаганда, политический PR, политическая реклама, политическая агитация, политическая журналистика: общее и особенное. Организация пропагандистских кампаний. Политическая реклама и паблик рилейшнз в системе идеологического воздействия. СМИ и современные технологии организации избирательных кампаний и информационного воздействия на аудиторию. Манипулятивный потенциал СМИ. Социально-психологические последствия медиатехнологий. Социальная аномия. Власть, СМИ и общество - параллельное существование.

Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации

СМИ и информационный обмен между политиками и гражданами, властью и обществом. СМИ- организатор диалога между всеми субъектами политики. Роль СМИ в формировании и выражении общественного мнения. Доверие к СМИ. Информационно-диалогические технологии организации общественно-политического взаимодействия (общественная экспертиза, информационный форум, мониторинг умонастроений). СМИ и их воздействие на межгрупповое взаимодействие и на дифференциацию социально-политических взглядов. Технологии общественной рефлексии, правила политического дискурса. СМИ как средство распространения демократических ценностей. Культура участия как стратегический проект деятельности СМИ.

Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов

Телевидение как наиболее влиятельное СМИ, размеры и структура его аудитории, длительность просмотра. Основные телеканалы, новостные программы, их содержание и влияние на телезрителей. Феномен программы "Время" как главной новостной программы страны. Разбор контента, сходств и различий в освещении важнейших внутри- и внешнеполитических событий на основных телеканалах. Аналитические и общественно-политические программы: формат, способы подачи информации, основная проблематика. Эффективность деятельности традиционных СМИ в ситуации роста влияния новых информационных технологий. Информационные технологии Интернет-сообществ в политическом процессе. Тенденции развития Интернет-сообществ в современном политическом процессе.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятель-

ность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, тренинги и анализ ситуаций.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке заданий и творческих проектов, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов по теме дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных

между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве	ПК-2	Устный опрос
Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс	ПК-2	Устный опрос
Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации	ПК-2	Устный опрос, реферат
Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов	ПК-2	Устный опрос, эссе

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве  
Домашнее задание, примерные вопросы:

Провести сравнительный анализ роли и места СМИ в различные исторические эпохи в условиях действия разных политических режимов.

Устный опрос, примерные вопросы:

1. Модели и методы средств массовой информации.
2. Средства массовой информации как институт современной демократии.
3. СМИ "четвертая власть".
4. СМИ и общественное мнение. Доверие к средствам массовой информации.

Тема 2. Основные этапы развития институционализации медиаполитического пространства в России

Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс

Устный опрос, примерные вопросы: 1. Механизмы манипуляции посредством СМИ. 2. Приемы политического манипулирования. 3. СМИ в избирательном процессе: федеральный и региональный уровень. 4. Принципы противостояния манипулятивному влиянию средств массовой информации и коммуникации.

Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации

Реферат, примерные темы:

1. Взаимодействие общества, государства и СМИ в условиях глобализации.
2. Медиакультура как «катализатор» диалога власти и общества
3. Медиатизация политики в России в 90-е гг. XX столетия.
4. Формы взаимодействия органов государственной власти и СМИ.
5. Модели взаимодействия средств массовой информации и власти: история и современность.

## 6. Индивид ? СМИ: гносеологический аспект

Устный опрос, примерные вопросы: 1. СМИ как посредник в диалоге демократического государства и общества. 2. Особенности взаимодействия власти и СМИ на федеральном и региональном уровнях.

Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов

Домашнее задание, примерные вопросы: 2. Провести сравнительный анализ контента новостных программ (на разных телевизионных каналах, например, «Вести», «Время», «Новости» и т.п.) на примере вечерних выпусков одного дня, по следующим параметрам: - отбор новостей; - выбор главной новости; - комментарии и т.п. контрольная точка, примерные вопросы:

Эссе на тему: «Основные тенденции развития современных российских СМИ».

Устный опрос, примерные вопросы:

1. Теоретические подходы к изучению воздействия телевидения на аудиторию. 2. Политические технологии и телевидение. 3. Телевещание как основной инструмент формирования мировоззрения, социальных норм, ценностей, инструмент политического давления на общественное мнение в современной России. 4. Интернет-технологии в политическом процессе.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерные вопросы к зачету:

1. Особенности процесса информатизации России
2. Сущность, функции, принципы информационной политики.
3. Место и роль СМИ в политике
4. Субъекты воздействия на СМИ
5. Потребление информации как манипуляция знаками и символический обмен
6. СМИ как объект и субъект государственной информационной политики России
7. Влияние СМИ на политику государства
8. Взаимосвязь и взаимовлияние политики государства и СМИ
9. Информационное манипулирование
10. Тенденции воздействия СМИ на общественное мнение
11. СМИ в качестве инструмента "политического маркетинга"
12. Способы регулирования деятельности СМИ со стороны государства
13. Экономические способы воздействия на СМИ.
14. Роль СМИ в формировании мировоззрения населения.
15. Основные мировоззренческие и идеологические подходы современных СМИ и способы их трансляции населению.
16. Границы влияния СМИ на формирование общественного мнения?
17. Основные факторы, воздействующие на формирование ментальности россиян, особо выделите политические.
18. Современные теории политической роли СМИ в обществе.
19. Определите динамику развития СМИ в условиях формирования информационного общества.
20. Интернет и политика - анализ развития взаимоотношений за последние 10 лет.
21. Каковы основные тенденции развития печатных СМИ? Как и почему проявляется их политическая составляющая
22. Каковы основные тенденции развития радиовещания? Как и когда проявляется их политическая составляющая?
23. ТВ - инструмент политического давления и манипулирования.
24. Основные правовые нормы в сфере отечественных СМИ.
25. Методы манипулятивного воздействия СМИ.

26. Основные принципы противостояния манипулятивному влиянию СМИ.

27. СМИ в структуре публичной политики. Журналистика в организации публичного диалога.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

## Основная литература

1. Зубков, С. А. Практика взаимодействия со СМИ : учебное пособие / С. А. Зубков. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 194 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1895974>. – Режим доступа: по подписке.

## Дополнительная литература

1. Маркина, Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения : учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 263 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/978375. - ISBN 978-5-16-019924-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138943>. – Режим доступа: по подписке.

2. Тавокин, Е. П. СМИ в системе взаимоотношений населения и органов власти (на примере Ямало-Ненецкого автономного округа) / Е. П. Тавокин. - Текст : электронный // Государственная служба. - 2006. - №6(44). - С. 54-61. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/416683>. – Режим доступа: по подписке.

3. Тавокин, Е. П. СМИ. Власть. Реформы / Е. П. Тавокин. - Текст : электронный // Государственная служба. - 2006. - №2(40). - С. 90-99. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/416714>. – Режим доступа: по подписке.

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Современная медиаиндустрия и медиапланирование»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## Лист согласования

Составитель: доцент Чистякова Любовь Сергеевна.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна  
кова

Е.М. Стру-

## Содержание

1. Наименование дисциплины **«Современная медиаиндустрия и медиапланирование»**.
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Современная медиаиндустрия и медиапланирование».

**Цель дисциплины** — ознакомление студентов с основными принципами функционирования медиаэкономики и медиапланирования в разных отраслях (печатные СМИ, радио, телевидение, новые медиа), ценовой политикой медиаиндустрий; формирование практических навыков для самостоятельного анализа медиарынка, а также - понимания функционирования рыночной системы российских и европейских медиа в условиях медиаконвергенции.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>ОПК-4.1 Организует процесс исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>ОПК-4.2 Использует результаты анализа и выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> ключевые понятия медиаэкономики, социальноэкономические принципы организации медиаиндустрий современных России и Европы в различных отраслях (пресса, телевидение, радио, новые медиа)</p> <p><b>Уметь:</b> найти, проанализировать и интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий в ракурсе существующей проблематики</p> <p><b>Владеть:</b> навыками сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий</p>
ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, полити-	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	<p><b>Знать:</b> технологии создания медиапродуктов в России и за рубежом; особенности сферы управления процессом создания медиапродуктов и коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать работу с основными акторами медиа-рынка; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор.</p>

<p>ческими организациями и бизнес-структурами.</p>	<p>ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации</p> <p>ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.</p>	<p><b>Владеть:</b> навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью, а также в систему управления предприятием и организацией в целом.</p>
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современная медиаиндустрия и медиапланирование» представляет собой дисциплину обязательной части блока по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной ча-

сти осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела/темы	Содержание раздела
1	Основные понятия медиаэкономики и структура рынка массмедиа	Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). Рынок товаров СМИ. Товар СМИ. Географический рынок СМИ. Аудитория в медиапланировании. Анализ аудитории по категориям. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Рыночные стратегии предприятий СМИ. Издержки в медиаиндустрии. Ценовая политика: особенности формирования.
2	Печатные медиа	Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции. Основные этапы развития газетной индустрии. Современные тенденции развития печатных рынков России и Европы.
3	Радиовещание	Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций в России. Экономические преимущества радиовещания. Бизнес-модели радиоиндустрии в Европе.
4	Телевидение	Основные модели телевизионной индустрии. Источники доходов в телевизионной индустрии. Производство телепрограмм как сектор телеиндустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном российском и европейском медиарынке. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного вещания: британский опыт. Возможности адаптации европейских моделей телевизионной индустрии в России.
5	Экономика, медиконвергенция и новые медиа	Конвергенция как фактор преобразования медиасистем. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ. Бизнесмодели онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ.
6	Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?	Постиндустриальное общество и современная медиаэкономика. Информационное неравенство. Модели нишевой медиаэкономики и альтернативных экономик медиа (К.Андерсон). Политика европеизации в условиях медиаконвергенции: национальное и глобальное.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка массмедиа

Тема 2. Печатные медиа

Тема 3. Радиовещание

Тема 4. Телевидение

Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа

Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка массмедиа

Тема 2. Печатные медиа

Тема 3. Радиовещание

Тема 4. Телевидение

Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа

Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе.

Требования к *самостоятельной* работе студентов

Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы по темам, указанным в разделе 5. Часть практических работ предусматривает домашнюю подготовку.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Основные понятия медиа-экономики и структура рынка масс-медиа	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа
Тема 2. Печатные медиа	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа
Тема 3. Радиовещание	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа
Тема 4. Телевидение	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа

Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа
Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе.	ОПК-4, ПК-2	Тест, практическая работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Что из перечисленного не является элементом медиасистемы? Редакция СМИ Контент Медиапредприятие Деловые коммуникации Техника и технологии СМИ Аудитория
2. Что означает выражение «Информацию переживают, а не владеют ею»?
3. В каком случае сведения становятся информацией?
4. Перечислите элементы современной медиасистемы.
5. Что означает слово «медиа»? Приведите несколько однокоренных слов.
6. Число общероссийских газет. Расставьте по годам в соответствии с историческим процессом развития российской медиасистемы. 338, 245, 43, 405.

Годы Число изданий

1990

1998

2003

2008

7. Назовите три основных процесса работы с информацией, которые представляют собой форму психологической защиты человека от манипулирования со стороны СМИ.
8. Что означает понятие «конвергенция СМИ»? Приведите примеры конвергентных редакций.
9. Каковы отношения современной журналистики и аудитории? Отметьте 2 правильных варианта ответа. Соратники Партнеры Учитель и ученик Антагонисты Конкуренты
10. В чем заключается социальная ответственность журналистики?

### Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Кому из перечисленных личностей принадлежит выражение «Кто владеет информацией, тот владеет миром»? Билл Гейтс Натан Ротшильд Руперт Мердок Петр I Сократ Рузвельт
2. Что такое духовная информация? Где скрыт источник духовной информации?
3. Чем отличается шум леса от информационного шума?
4. Как называют человека, который пишет специальные тексты по заказу клиента? Писатель Копирайтер Сценарист Журналист
5. Приведите примеры манипулятивного метода «Использование авторитетов, групп влияния» из сферы рекламы или политики.
6. Продолжите смысловые пары, классические оппозиции, которые используют СМИ. 2-3 варианта. Порядок-хаос могущество-слабость наши-не наши
7. Назовите две доминирующие цели современных средств массовой информации.
8. Приведите 2 примера новых редакционных технологий работы с аудиторией.
9. Расставьте характеристики традиционных и информальных медиа в соответствующие колонки. Диалогичные Ориентированные на владельца, рекламодателя Клановые, закрытые Профессиональные Мобильные, оперативные Ограниченные традициями Самодетельные Неформальные Регламентированные Ангажированные Открытые, доступные Независимые, нецензурируемые Пишут о том, что интересно самим Непрофессиональные Вне экономики Низкая степень оперативности Нестандартные Формализованные Организованные в структуры Саморазвивающиеся Экономически обусловленные Информировать о том, что интересно аудитории

10. Дайте определение понятию «новые медиа»?

11. Перечислите, какие виды СМИ, как правил, входят в медиахолдинг.

### **Примерный перечень заданий для решения прикладных задач**

1. Показать знание и понимание изученных существенных характеристик медиасистемы. Выбрать ту медиасистему, которая, на взгляд автора, наиболее отвечает запросам общества. Объяснить, каким образом возможна организация обратной связи на медиапредприятиях. Объяснить, как в условиях оттока аудитории можно добиться ее лояльности.
2. Проанализировать, за счет каких ресурсов происходила концентрация СМИ и создавались новые мощные медиакомпании.
3. Используя одну из форм медиаорганизаций, описать процессы, которые происходили на уровне внешних и внутренних коммуникаций.
4. Привести примеры наиболее успешных медиакомпаний России.
5. Подготовить обзор телевизионных новостей за один день с точки зрения использования различных стратегий.
6. Отыскать в печатных СМИ примеры информационных, манипулятивных, диалоговых стратегий и стратегии участия. Описать их и оценить эффективность их воздействия на аудиторию.
7. Описать, в чем сегодня может выражаться медиаактивность населения, и каким образом она может привести к активизации гражданского общества.
8. Охарактеризуйте понятие «новые медиа» с точки зрения новых способов передачи информации, новых видов контента и его трансляции. Назовите причины появления новых медиа.
9. На примере нескольких блогов проанализируйте неформальное поведение аудитории. Как оно влияет на процессы децентрализации СМИ, смену вещательной модели взаимоотношений аудитории и журналистики на партнерскую.
10. Опишите процесс конвергенции СМИ, приведите пример конвергентной редакции. Каким образом в нем создается контент и доставляется аудитории.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Ключевые понятия медиаэкономики.
2. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
3. Рынок товаров СМИ.
4. Географический рынок СМИ.
5. Аудитория в медиапланировании.
6. Анализ аудитории по категориям.
7. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
8. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
9. Издержки в медиаиндустрии.
10. Ценовая политика: особенности формирования.
11. Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции.
12. Основные этапы развития газетной индустрии в России и Европе.
13. Типы медиконвергенции.
14. Особенность медиаконвергентных рынков. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.
15. Основные этапы развития индустрии электронных СМИ.
16. Основные этапы развития телеиндустрии в России и Европе.
17. Модель "длинного хвоста".
18. Европеизация и медиаиндустрии в условиях конвергенции.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература

1. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Варганова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Варгановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353> (дата обращения: 30.03.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Гавра Д.П., Науменко К.А. Концепт «медиасистема» в современной теории массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. Режим доступа: <http://www.media-scop.ru/2611>

### Дополнительная литература

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кретов, Б. И. Медиапланирование как отрасль научного знания : учебное пособие / Б. И. Кретов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 68 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896337>.– Режим доступа: по подписке.
3. Кретов, Б. И. Массовые коммуникации и медиапланирование : Сборник тестовых заданий : учебно-методическое пособие / Б. И. Кретов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 31 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896336>. – Режим доступа: по подписке.
4. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова ; под общ. ред. А.А. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 252 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2047. - ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210727>. – Режим доступа: по подписке.
5. Новые тренды журналистики и медиакommunikаций : материалы Международной научно-практической конференции (Москва, 6 апреля 2022 г.) / отв. ред. Д. В. Неренц. - Москва : РГГУ, 2022. - 256 с. - (Трансформация медиасреды в XXI веке). - ISBN 978-5-7281-3160-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1993551> (дата обращения: 24.04.2023).

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА

- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»**

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Современная политическая система РФ»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** кандидат исторических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» Максимов И.П.

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»,  
д-р. пед. наук, профессор

Бударина А.О.

Руководитель ОП

Струкова Е.М.

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Современная политическая система РФ».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Современная политическая система РФ».

Цель освоения дисциплины: приобретение студентами углубленных знаний о политической системе РФ;

- овладение методологией и методами политического управления;
- формирование глубокого и системного понимания происхождения, сущности, особенностей, функций и современных тенденций реформирования системы государственного управления в контексте социальных институтов, процессов и отношений

Задачи изучения дисциплины:

- Ознакомление с теориями и исторической практикой государственного управления.
- Умение анализировать взаимосвязи социальных процессов, отношений и институтов с системой государственного управления.
- Овладение способностью выявлять, формулировать и успешно решать управленческие задачи на государственной службе.
- усвоение методов политического прогнозирования развития социально-политической ситуации управляемой территории;
- привитие навыков технологической культуры в государственной и муниципальной службе.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.	Знать характеристики современных политических процессов в РФ; особенности информационного обеспечения системы государственного управления;  Уметь анализировать и составлять коммуникационные планы для органов государственной власти и местного самоуправления; анализировать экономические и социальные явления и тенденции в рамках выстраивания диалога культур;  Владеть навыками организационно-управленческой деятельности; навыками подготовки рекомендаций для политико-управленческих решений по направлениям современной политики РФ.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современная политическая система РФ» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки студентов.

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России	Базисные функции государства. Формы государственного устройства. Гражданское общество как условие функционирования государства. Основные модели макроэкономического развития государства. Неинституциональное государственное управление. Роль политической власти в России. Реформа политической власти. Легитимность политической власти в современной России. Эффективность государственной власти. Перспективы становления и развития гражданского общества. Публичная сфера и гражданское общество.
2	Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).	<p>Переход власти к Советам в октябре 1917 года. Второй съезд Советов. Высшие органы власти и управления РСФСР: Всероссийские съезды Советов, ВЦИК, Совнарком, Совет рабочей и крестьянской обороны. Центральные органы управления народным хозяйством: ВСНХ, народные комиссариаты, Главные комитет по всеобщей воинской повинности.</p> <p>Образование РСФСР. «Чрезвычайное» законодательство: цели создания, воздействие на функционирование и эволюцию государственного аппарата. Создание чрезвычайные органы: военревкомы, ревкомы, комбеды. Основные положения Конституции 1918 года.</p> <p>Период гражданской войны: начало формирования однопартийной политической системы, слияние партийного и государственного аппарата, внедрение командно-административных методов управления обществом.</p> <p>Образование СССР. Конституция СССР 1924 г.: основные положения. Высшие органы государственной власти и управления: Съезды Советов СССР, ЦИК, СНК. Избирательная система. Центральные органы управления</p>

		<p>народным хозяйством, социально-культурным строительством.</p> <p>«Тоталитаризм»– политические, социальные, экономические истоки и предпосылки его формирования. Особенности структуры режима власти. Номенклатура. Конституция СССР 1936 г. Конституционные нормы и основные особенности реального устройства функционирования советского государства. Специфика «советской федерации»: декларации и реалии федеративного устройства РСФСР и СССР. Фактическое место высших государственных органов в механизме власти—тенденции трансформации. Верховный Совет СССР: состав, построение, система выборов, компетенция. Правительство СССР. Гипертрофия системы карательно-репрессивных органов, их место в государственном механизме СССР.</p> <p>Государственное управление в годы Великой Отечественной войны. Чрезвычайные органы. Ставка верховного главнокомандования, ее функции. ГКО СССР и городские комитеты обороны. Основные принципы и направления действия системы военной юстиции.</p> <p>Преобразование государственного аппарата и восстановление командно-административной системы в послевоенные годы: комиссии законодательных предложений Совета Союза и Совета Национальностей Верховного Совета СССР, Совет министров СССР, создание Государственных комитетов. Разработка проектов новой Конституции СССР в 1946-1947гг.</p> <p>Реформы государственного механизма 1953 – 1964 гг., их незавершенность. «Коллективное руководство». XX съезд и курс на децентрализацию системы государственного управления. Провал попытки конституционной реформы 1960-х гг.</p> <p>Конституция СССР 1977 г. и РСФСР 1978 г.: мнимые новации. Реальные результаты законодательного оформления организации и деятельности высших государственных органов и органов отраслей государственного управления. Сохранение всевластия КПСС, как «руководящей и направляющей силы» советского общества. «Партия-государство». Проявление «застоя» в политической системе, необходимость реформирования.</p> <p>Задачи перестройки 1986-1989 гг. Законы СССР 1988 г. о реформе высших органов власти. Изменение системы выборов в Советы. Съезды народных депутатов. Принципы формирования Верховного Совета. Введение института президентства. Комитет конституционного надзора СССР. Попытки реформирования центральных органов управления народным хозяйством, социально-культурным строительством, местных органов государственной власти.</p> <p>Движение за государственный суверенитет в союзных и автономных республиках СССР.</p>
3	<p>Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.</p>	<p>Распад СССР и решение проблемы «союзного наследства». Указ Президента РСФСР от 28 ноября 1991 года «О реорганизации центральных органов государственного управления РСФСР». Российские ведомства — правопреемники государственных органов СССР. Реорганизация системы федеральных органов управления Российской Федерации (РФ) в условиях раздела общесоюзной собственности, начавшихся политических и экономических реформ: цели, трудности, результаты. Проблема сохранения целостности РФ. Высшие государственные органы РФ в 1992-1993 гг. Институт президентства РФ,</p>

		<p>Правительство РФ, Съезд народных депутатов и Верховный Совет РФ, Конституционный Суд РФ, Верховный Суд РФ, Высший Арбитражный Суд РФ.</p> <p>Изменения и дополнения, внесенные в Конституцию РСФСР - РФ в 1991-1993 гг. и перспективы государственного строительства в России. Противостояние законодательной и исполнительной власти. Указ Президента РФ № 1400 «О поэтапной конституционной реформе в Российской Федерации». Ликвидация Советов всех уровней. Подготовка проекта новой Конституции. Особенности разработки и принятия новой Конституции Российской Федерации 1993г. Организация выборов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 12 декабря 1993 г. Законодательство Российской Федерации о государственной службе.</p> <p>Основные принципы федерации: мировой и российский опыт. Асимметричная федерация. Административно-территориальное деление РФ.</p>
4	<p>Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.</p>	<p>Президент Российской Федерации: конституционный статус, полномочия и особенности их реализации. Администрация Президента: эволюция ее устройства, роль в системе государственных органов РФ. Институт Полномочного представителя Президента. Совет Безопасности РФ: статус, основные этапы развития нормативно-правовой базы, деятельность и организационное устройство. Общественная палата.</p> <p>Центральная избирательная комиссия РФ. Организация президентских выборов и выборов депутатов Государственной Думы.</p> <p>Федеральные органы законодательной власти РФ. Федеральное Собрание. Совет Федерации - верхняя палата Парламента: последовательные изменения в порядке формирования в 1994-2000 гг., полномочия, деятельность. Государственная Дума: конституционный статус, механизм формирования, основные элементы организационного устройства, нормативная база деятельности, место в системе высших политических институтов РФ.</p> <p>Государственный Совет: компетенция, состав, деятельность.</p> <p>Федеральные органы исполнительной власти РФ. Правительство нормативная база организации и деятельности, общая характеристика состава правительства, основные направления деятельности. Система федеральных органов исполнительной власти, общая структура, основные тенденции организационной эволюции. Отраслевой и межотраслевой характер деятельности. Реформа федеральных органов исполнительной власти 2004 года.</p> <p>Судебная система Российской Федерации: общая характеристика, основные новации. Генеральная прокуратура РФ и подведомственные органы: особенности устройства, специфика задач, место в государственном аппарате.</p> <p>Республики и иные субъекты Российской Федерации. Трудности во взаимоотношениях федеративного центра и субъектов федерации. Конституция 1993 г. о разграничении компетенции центра и субъектов федерации. Система договоров. Конституции и Уставы субъектов федерации. Общая характеристика системы органов власти субъектов федерации. Органы законодательной, исполнительной, судебной власти субъектов федерации. Президенты, губернаторы, главы администраций.</p>

		<p>Новый порядок избрания высшего должностного лица субъекта РФ. Двойное подчинение в системе исполнительной власти.</p> <p>Перспективы развития российской государственности.</p>
5	Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.	<p>Определение и выбор государственных приоритетов. Показатели качества жизни. Экологическое благополучие. Ежегодное послание Президента. Доктрины, концепции и приоритеты по различным направлениям развития страны.</p> <p>Государственное прогнозирование. Механизмы государственного прогнозирования. Общегосударственное планирование и федеральные целевые комплексные программы.</p> <p>Классификации целей и механизм постановки проблемы. Классификация, оценка и реализация решений. Ответственность за реализацию решений и органы государственного контроля.</p> <p>Информационная политика в современной России. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации». Характеристика процессов формирования информационной политики. Роль средств массовой информации в процессах реформирования России: этапы развития.</p>
6	Избирательные системы современной России.	<p>Значение избирательной системы для политического развития. Роль выборов в политическом развитии современной России. Характер выборов в современной России и их роль в политическом развитии.</p> <p>Межпартийная конкуренция и выборы. Смена партийных идеологических ориентаций в процессе межпартийной конкуренции. Цели политических партий в условиях парламентской системы.</p>
7	Специфика государственного менеджмента в РФ	<p>Понятие государственного менеджмента. Государственный менеджмент как необходимое условие государственного управления. Новая аграрная политика. Транспортная система в России как фактор целостности и безопасности страны.</p> <p>Российская Федерация как административное государство. Общегосударственное управление. Процедура принятия нормативных актов и законов. Административное регулирование государственных сфер. Всеобщность административного управления. Особенности управления конфликтными ситуациями в РФ. Особенности управления чрезвычайными ситуациями в РФ.</p>
8	Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	<p>Органы государственной власти субъектов Российской Федерации. Основные принципы деятельности органов государственной власти субъектов РФ. Роль государственных органов власти в становлении местного самоуправления. Функции местного самоуправления. Региональные методы самоуправления.</p> <p>Развитие местного самоуправления (МСУ) в территориальных образованиях РФ. Принципы организации МСУ в Российской Федерации. Состав и функции органов территориального самоуправления.</p> <p>Муниципальная власть и социальная сфера. Учреждения социальной защиты на территории муниципального образования. Механизм разработки социальной политики муниципального образования. Основные тенденции развития местного самоуправления в России.</p>

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России
- Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).
- Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.
- Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.
- Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.
- Избирательные системы современной России.
- Специфика государственного менеджмента в РФ
- Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России	1. Политические традиции как фактор современной политической жизни РФ. 2. Дихотомия политического процесса в России и проблема поиска согласия. 3. Политический режим современной России.
2	Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).	1. Особенности становления и развития системы государственных учреждений в период 1917-1924гг. - Взаимоотношения высших органов законодательной и исполнительной власти. - Формирование центрального аппарата управления: начальный период деятельности народных комиссариатов. Создание чрезвычайных органов советского государства в годы гражданской войны. - Становление советской власти на местах. 2. Система государственных учреждений СССР в 20-е – 40-е гг. - Образование СССР. Новая система органов власти и управления по Конституции СССР 1924 г. - Перестройка системы государственных учреждений СССР по Конституции СССР 1936 г. - Особенности реформирования системы государственных учреждений СССР в годы Великой Отечественной войны и в послевоенный период. 3. Основные этапы развития системы государственных учреждений в 60-е – 70-е гг. 4. Изменения в государственно-политической системе СССР в годы «перестройки» и реформирование государственных учреждений. Распад СССР.
3	Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.	1. Формирование территории Российской Федерации. Проблемы взаимоотношений с субъектами. 2. Становление Российской республики. Противостояние органов законодательной и исполнительной власти (1992-1993 гг.). Конституция 1993 г. 3. Президент Российской Федерации: место в системе государственных учреждений. Структуры, обеспечивающие его деятельность. 4. Федеральное Собрание - парламент Российской Федерации: место в системе государственных учреждений.

		<p>5. Правительство РФ, система федеральных органов исполнительной власти, реформа федеральных органов исполнительной власти 2004 г.</p> <p>6. Основы судебной системы Российской Федерации.</p> <p>7. Федеративное устройство Российской Федерации. Система и принципы организации государственных учреждений в субъектах.</p> <p>8. Органы местного самоуправления.</p>
4	Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.	<p>1. Понятие и подходы к изучению управленческих решений.</p> <p>2. Разработка управленческих решений в условиях риска.</p> <p>3. Эффективность управленческих решений.</p>
5	Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.	<p>1. Понятие государственного управления.</p> <p>2. Органы государственной власти.</p> <p>3. Система государственной службы.</p> <p>4. Государственное управление и государственная служба за рубежом.</p>
6	Избирательные системы современной России.	<p>1. Функции выборов в демократическом государстве.</p> <p>2. Общие принципы демократической организации выборов.</p> <p>3. Российская традиция проведения выборов.</p> <p>4. Исследования российских выборов.</p> <p>5. Участники избирательного процесса.</p> <p>6. Основные стадии избирательного процесса.</p> <p>Особенности избирательного процесса в условиях различных избирательных систем: мажоритарной, пропорциональной, смешанной и консенсусной.</p>
7	Специфика государственного менеджмента в РФ	<p>1. Определения политического менеджмента, государственного и политического управления.</p> <p>2. Теории политических организаций.</p> <p>3. Технологии политического управления.</p>
8	Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	<p>1. Понятие и признаки местного самоуправления.</p> <p>2. Теории местного самоуправления.</p> <p>3. Модели организации местного самоуправления за рубежом.</p>

### Требования к самостоятельной работе студентов

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России	<p>1. О каком государстве, по вашему мнению, говорит историк Р. Пайпс: " принадлежит к той категории государств, которые, определяются как "вотчинные". В таких государствах политическая власть мыслится и отправляется как продолжение права собственности и властитель является одновременно сувереном государства и его собственником"? Согласитесь ли вы с мнением Р. Пайпса?</p> <p>2. Перечислите известные вам признаки государства. По мнению американского ученого В. Шляпентоха, причиной распада СССР были не межнациональные конфликты и противоречия, а специфика статуса союзных республик, которые были наделены всем тем, что необходимо для создания суверенных государств. О каких внутренних ресурсах и особенностях политического устройства республик, по вашему мнению, идет речь?</p> <p>3. Определите, какая форма правления присуща по приведенным описаниям, трем разным странам.</p> <p>а) В Германии законодательная власть представлена двухпалатным парламентом (Бундестаг и Бундесрат). Глава государства - президент. Правительство формируется на основе парламентского большинства.</p> <p>б) В Азербайджане законодательная власть представлена однопалатной Национальной ассамблеей из 125 человек. Правительство в виде Совета министров назначается президентом и утверждается Национальной ассамблеей.</p> <p>в) Великобритания - это объединенное королевство. Законодательная власть Великобритании представлена парламентом, который состоит из палаты лордов и палаты общин. Правительство - кабинет министров, а министры назначаются премьер-министром.</p>

		4. Объясните, что такое <i>конфедерация</i> . Приведите известные вам примеры конфедераций. Можно ли считать конфедерацией Европейский Союз (ЕС) и почему?
2	Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).	Изучить главу «Исторический аспект теории государственного управления» учебного пособия «Государственное и муниципальное управление», разработать схему анализа основных концептуальных положений.
3	Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.	Изучить главу 17 «Воссоздание российской государственности (1992-1999 гг.)» учебного пособия «История государственного управления в России».
4	Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем выражаются конституционные основы организации и деятельности органов государственной власти субъектов РФ?</li> <li>2. В чем состоит общая характеристика органов законодательной (представительной) власти в субъектах РФ?</li> <li>3. В чем состоит общая характеристика органов исполнительной власти субъектов РФ?</li> <li>4. Каковы модели разделения властей в субъектах Российской Федерации?</li> <li>5. Каковы основные формы взаимодействия органов законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти</li> </ol>
5	Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.	Изучите послания Президента Российской Федерации Федеральному собранию в 2010-х годах и выделите основные положения, касающиеся концепции государственной политики.
6	Избирательные системы современной России.	<p>Задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как вы считаете, гарантируют ли выборы демократическое развитие страны? Обоснуйте свое мнение.</li> <li>2. В чем, по вашему мнению, состоит разница в сущности выборов в демократических условиях и в условиях авторитарного режима? Возможны ли выборы при тоталитаризме? Если да, то какова их специфика?</li> <li>3. Решите задачу и примите правильное решение. Население России составляет 154 млн человек, из них не имеет права голоса 39 млн 700 тыс. Проголосовало на выборах Президента 40 млн 150 тыс. На выборах один из кандидатов получил 55,4 % голосов избирателей. Примите решение за Центризбирком. Решением Центризбиркома может быть: <ul style="list-style-type: none"> <li>· считать Президента России избранным;</li> <li>· считать Президента России неизбранным;</li> <li>· другое решение (обосновать).</li> </ul> </li> </ol>
7	Специфика государственного менеджмента в РФ	Составьте схему, в которой выделите отличия полномочий и функций государственного и муниципального служащего.
8	Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	<p>Подготовить презентации по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Общественная теория местного самоуправления.</li> <li>2) Хозяйственная теория местного самоуправления.</li> <li>3) Государственная теория местного самоуправления.</li> <li>4) Коммунитаристская теория местного самоуправления.</li> </ol>

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Избирательные системы современной России.	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Специфика государственного менеджмента в РФ	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	ПК-4	Опрос, контрольная работа

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля**

### *Комплект тестовых заданий*

*1. Управление начинается тогда, когда во взаимосвязях, процессах присутствует*

- а) отношение «природа-общество»*
- в) сознательное начало*
- с) действия человека*

*2. Управление рассматривается как*

- а) действия административного свойства*
- в) отношения, входящие в систему общественных отношений*
- с) взаимодействие управляющего и управляемого*
- д) воздействие на коллективы людей*

*3. Управляющее воздействие включает*

- а) целеполагание*
- в) организацию*
- с) принуждение*
- д) конкретное регулирование*

*4. Управление в обществе обусловлено*

- а) интересом правящих групп общества*
- в) разделением труда*
- с) необходимостью кооперации труда*

*5. Социальное управление разделяется на*

- а) управление государством*
- в) управление экономикой*
- с) управление духовной жизнью*

*6. Государствоведение рассматривает управление на следующих уровнях его функционирования*

- а) управление делами общества*
- в) управление экономическими процессами*
- с) управление делами государства*

д) деятельность органов исполнительной власти

7. Важнейший современный критерий гражданского общества – это

- а) признание основных прав и свобод личности
- в) предотвращение монополии в любой сфере
- с) контроль государственных органов со стороны граждан

8. Формирование типа государственного управления зависит от

- а) природно-климатических условий
- в) специфики заселения территории
- с) особенностей хозяйствования
- д) исторических тенденций политического развития

9. К задачам государственного управления в современной России относят

- а) либерализовать экономику
- в) повысить влияние на общество
- с) перенять положительный западный опыт
- д) гармонизировать воспроизводство человека

10. К свойствам государственного управления относятся

- а) системность
- в) учет человеческого фактора
- с) распространенность на все общество
- д) опора на государственную власть

11. В учебной литературе выделяют следующие законы государственного управления:

- а) закон усиления регулирования и управления
- в) закон необходимого разнообразия
- с) закон рассредоточения органов власти и управления
- д) закон достаточного основания

12. Законы государственного управления подразделяют на

- а) законы функционирования
- в) законы гражданского общества и правового государства
- с) законы развития

13. Принципы государственного управления должны учитывать

- а) интересы господствующих слоев населения
- в) устойчивые связи в государственном управлении
- с) целостный характер государственного управления

14. В теории государственного управления выделяют следующие принципы:

- а) общесистемные
- в) структурные
- с) особые
- д) частные

15. К общесистемным принципам относятся

- а) правовые
- в) организационные
- с) нравственные

16. Под ресурсами государственного управления понимают:

- а) демократию
- в) природные и человеческие ресурсы
- с) доверие к целям
- д) организацию

17. Цели государственного управления должны отвечать следующим требованиям:

- а) быть объективно обусловленными и обоснованными
- в) быть системно организованными
- с) быть долгосрочными

д) быть социально ориентированными

18. Функции государственного управления и функции государственных органов различаются по:

- а) субъекту воздействия
- в) по пределам влияния
- с) по роли в обществе
- д) по средствам реализации

19. К общим функциям государственного управления относят

- а) организацию
- в) планирование
- с) целеполагание
- д) учет интересов общества

20. Правовому регулированию в государственном управлении подлежат:

- а) отношения между государством и обществом
- в) семейно-брачные отношения
- с) отношения внутри государства между его органами
- д) отношения между людьми по поводу несения государственной службы

21. В зависимости от источника правового регулирования разделяют

- а) централизованное регулирование
- в) местное регулирование
- с) децентрализованное регулирование

22. Правовое регулирование государственного управления обеспечивается

- а) конституцией государства
- в) законами
- с) нравственными нормами
- д) подзаконными актами

23. Системообразующим элементом организационной структуры государственного управления выступает:

- а) принцип системности
- в) орган государства (государственный орган)
- с) существующие правовые нормы

24. Организационная структура государственного управления включает подсистемы:

- а) элементов управления
- в) средств управления
- с) управленческих отношений
- д) управленческого труда

25. Органы исполнительной власти сосредотачивают:

- а) управленческую информацию
- в) волевые усилия
- с) средства государственного принуждения

26. Система исполнительной власти сосредотачивает

- а) управленческие отношения
- в) управленческие принципы
- с) управленческую информацию

27. Организационные структуры государственного управления складываются под влиянием:

- а) эмоционально-волевого усилия
- в) объективных условий
- с) общественных функций государства
- д) выбора организационных оснований

28. Административно-организационная система разделяется на 4 группы подсистем:

- а) центральные

- в) функциональные
- с) отраслевые
- д) вспомогательные

29. Построение организационной структуры органа государственного управления должно отвечать правилам

- а) мобильности
- в) оперативности
- с) экономичности
- д) прозрачности

30. Органы государственного управления классифицируют по следующим признакам

- а) государственному устройству
- в) видам организационно-правовых норм
- с) территориальной сфере деятельности
- д) порядку принятия управленческих решений

31. Нормативная модель системы государственного управления необходима для:

- а) совершенствования системы государственного управления
- в) выделения существенных свойств
- с) нормирования труда управленцев
- д) закрепления порядка реализации процесса управления

32. Главная задача государственного управления в том, чтобы

- а) реализовать цели государственного управления
- в) уменьшить субъективность управления
- с) усилить государственную власть

33. Эффект государственного управления – это:

- а) полученный результат управления
- в) достижение цели государственного управления
- с) разница между результатами и затратами
- д) способность разницы удовлетворять потребности людей, общества

34. К видам ответственности в государственном управлении относят:

- а) материальную
- в) моральную
- с) частную
- д) политическую

35. Существуют следующие стили государственного управления:

- а) тоталитарный
- в) директивный
- с) либеральный
- д) демократический

36. Стил государственного управления – это:

- а) способы и средства функционирования должностных лиц и органов управления
- в) состояние человеческого потенциала
- с) методы и формы функционирования органов управления

37. В государственном управлении регламентируется

- а) вся деятельность определенной должности
- в) часть деятельности должности
- с) вопросы, подлежащие ведению должности

38. Проблемы информационного обеспечения государственного управления сводятся к следующим:

- а) излишек информации
- в) недостаток информации
- с) адекватное понимание информации
- д) создание новой информации

39. Выделяют следующие критерии эффективности государственного управления:

- а) общей социальной эффективности
- в) деятельности государственных органов и должностных лиц
- с) деятельности промышленных предприятий

40. Трудности оценки результатов труда в органах государственного управления связаны с

- а) отсутствием четких методик
- в) спецификой работы
- с) личными качествами работников

41. Информация в государственном управлении должна отвечать требованиям

- а) актуальность
- в) достоверность
- с) широта

42. Для сохранения информации на пути следования от субъекта к объекту необходимо соблюсти следующие требования:

- а) быстрота передачи
- в) непротиворечивость
- с) аутентичность

43. Совершенствование механизма взаимодействия органов муниципальной и региональной власти связано с

- а) демократизацией государственного и муниципального управления
- в) получением местными органами необходимых ресурсов
- с) повышением ответственности муниципальной и региональной властей

44. К главным направлениям совершенствования системы государственного управления относят

- а) правовое
- в) функциональное
- с) организационное
- д) организационно-техническое

45. Федерализм – это

- а) форма государственного устройства
- в) принцип распределения государственной власти по вертикали
- с) форма предоставления прав и свобод национальным образованиям

46. Статус гражданина характеризует:

- а) взаимосвязь человека и государства
- в) права и свободы личности
- с) существующий политический режим

47. Социальные цели государственного управления – это

- а) учет социальной структуры общества и уровня социальной жизни
- в) воспитание ценностей и укрепление их влияния на реализацию целей
- с) обеспечение сбалансированного и качественного развития общества

48. К структурно-организационным принципам государственного управления относятся:

- а) единство системы власти
- в) концентрации ресурсов
- с) согласованности целей организации

49. Функция государственного управления – это:

- а) реализация цели
- в) вид однородных работ по управлению
- с) компетенция органа государственного управления

50. Закон усиления регулирования и управления обусловлен

- а) ростом сложности программ и проектов управления
- в) расширением сферы влияния государственного управления

с) построением иерархической структуры управления

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

#### Основная литература

1. Государственная и муниципальная служба : учебник / под ред. А.Н. Митина, В.Ш. Шайхатдинова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 601 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6d1e6315c966.66409665](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6d1e6315c966.66409665). - ISBN 978-5-16-014662-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996121>– Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература

1. Заславский, С. Е. Современная российская политика : учебное пособие / под общей ред. В.И. Коваленко. — Москва : Издательство Московского университета, 2013. — 472 с. — (Библиотека факультета политологии МГУ). - ISBN 978-5-19-010867-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027626>. – Режим доступа: по подписке.

2. Мастюгина, Т. М. Национальная политика в России: XVI — начало XXI века : учебное пособие / Т.М. Мастюгина, Л.С. Перепелкин, В.Г. Стельмах. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-91134-701-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1819001>. – Режим доступа: по подписке.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС IBOOKS.RU
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантиана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**

**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Современные политические технологии и коммуникации»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** кандидат социологических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» Берендеев М.В.

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»,  
д-р. пед. наук, профессор

Бударина А.О.

Руководитель ОП

Струкова Е.М.

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Современные политические технологии и коммуникации».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Современные политические технологии и коммуникации».

Целью изучения дисциплины «Современные политические технологии и коммуникации» является освоение студентами теоретических основ и практики современных коммуникативных и технологических процессов в политической жизни, а также получение знаний в области управления коммуникативными и технологическими стратегиями и эффектами в рамках освоения ООП по направлению 42.04.01 «реклама и связи с общественностью», профиль/направленность «Коммуникации в политике и бизнесе».

Задачами изучения дисциплины является:

- знакомство с видами и типами политических технологий и коммуникаций; спецификой коммуникативного и технологического процесса в политической практике;
- освоение современной методологии политического анализа для эффективной разработки и использования политических технологий в коммуникативном процессе;
- овладение студентами навыками разработки, принятия и реализации рациональных коммуникативных решений;
- выработка умений анализа социально-политической ситуации на основе системного подхода, использования политических исследований в коммуникативистике;
- привитие навыков современной работы использования коммуникационных сетей (Интернета, его сегментов) в государственной и муниципальной службе;
- изучение содержания и рационального использования политических коммуникаций для повышения эффективности улучшения взаимодействия органов государственной власти и гражданского общества;
- получение четкого и обоснованного представления о технологии формирования и повышения политической ответственности в политической коммуникации и при использовании политических технологий в избирательном и других процессах;

Решение этих задач позволит в определенной мере способствовать дальнейшему повышению коммуникативной, технологической, политической и административной культуры органов и персонала государственного и муниципального управления, эффективности их деятельности.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиaproдуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом	Знать специфику современных коммуникативных технологий в профессиональной сфере Уметь применять современные коммуникативные технологии включая Интернет технологии в профессиональной деятельности Владеть навыками профессиональной коммуникации, в том числе в научной среде.

	изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.	
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Знать основные принципы политических коммуникаций; Уметь использовать эффективные коммуникации учитывая специфику деловой культуры в РФ Владеть коммуникативными технологиями общения с различными аудиториями
ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.	Знать основные формы сотрудничества со СМИ Уметь разрабатывать коммуникативные программы продвижения политических текстов в СМИ Владеть методами взаимодействия для совместной коммуникативной работы с органами местного самоуправления, законодательной и с исполнительной власти в регионе.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные политические технологии и коммуникации» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индиви-

дуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации	<p>Объективная необходимость социальной технологизации политического пространства, политических процессов в демократическом, правовом государстве. Условия реализации политических технологий: дальнейшая демократизация функционирования государства и влияние общества на формирование и повышение ответственности власти, укрепление вертикали государственного управления, актуализация партийного строительства, информатизация социального пространства, интеллектуализация политической деятельности и др. Особенности технологизации государственного управления: масштабность, сложность, противоречивость управления, потребности оптимального выражения интересов гражданского общества, глобализация политических процессов.</p> <p>Понятие и сущность политических технологий. Структура политических технологий. Типология по: назначению, уровню преобразования политических процессов и политической деятельности, характеру, продолжительности, условиям применения, регламентации использования, внешнего проявления. Структурный, пространственно-временной и процессуальный аспекты.</p> <p>Методы разработки и формирования политических технологий: субъективный и аналитический, способы реализации: общенаучные, политологические, социологические, управленческие и др.</p>
2	Тема 2. Технологии социально-политического анализа	<p>Политический анализ как научная основа разработки и реализации политических технологий: особенности и подходы.</p> <p>Этапы процесса и объекты политического анализа. Event (событийный) и ситуационный анализ.</p> <p>Методы политического анализа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ общие: системный, структурно-функциональный, институциональный, сравнительный, бихевиористский, социологический, нормативно-ценностный, антропологический, социокультурный;</li> <li>□ общелогические: анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрагирование и восхождение от абстрактного к конкретному, сочетание исторического и логического;</li> <li>□ эмпирические: эксперимент, политический мониторинг, моделирование, опросы, наблюдения, контент-анализ, статистический, кибернетический, компьютерный, линейная, табличная и динамичная методика.</li> </ul> <p>Политическое консультирование: причины возникновения и задачи, основные формы и типы политического консультирования, основные этапы процесса, критерии эффективности.</p>

3	Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов	<p>Система предельно-критических и реальных показателей развития общества. Анализ политической ситуации как компонента политического процесса. Метод сценариев.</p> <p>Политическое прогнозирование: содержание, функции и принципы. Типология: по объекту, используемым методам, срокам, уровням. Методы: коллективные (экспертная оценка, «мозговая атака», «дельфы»), экстраполяция, системное моделирование политических процессов и др. Этапы прогнозирования: предпрогнозная ориентация, построение исходной базовой модели, сбор данных прогнозного фона, построение динамических рядов, серия гипотетических поисковых моделей, оценка достоверности и точности прогноза, выработка рекомендаций для принятия решений политического управления, экспертиза подготовленного прогноза. Особенности оценки эффективности политического прогноза.</p> <p>Моделирование политической реальности: понятие модели и классификация. Линейная и циклическая модели. Этапы политического моделирования.</p> <p>Значение политического анализа и прогноза для государственного и муниципального управления.</p>
4	Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений	<p>Понятие и многоаспектность роли решения в политико-административном управлении: процесс, элемент политического руководства, способ, средство, осознанный выбор, волевое усилие субъекта политико-административного управления, согласование целей и средств политической деятельности.</p> <p>Технологические подходы к разработке политических решений: нормативный и поведенческий. Особенности государственного и муниципального управления как среды принятия решений.</p> <p>Требования к управленческому решению. Алгоритм разработки и принятия политических решений: анализ проблемной ситуации, исходных и всех дополнительных данных, уточнение объекта управленческого решения, разработка альтернатив решения, определение критериев оптимальности, выбор оптимального, или рационального варианта в соответствии с ценностными и социально-экономическими ориентациями политического управления, принятие решения.</p> <p>Методы принятия политических решений: рационально-всеохватывающий, или корневой, метод ветвей, смешанно-сканирующий. Мероприятия или программа реализации политического решения. Планирование политического процесса. Контроль исполнения.</p> <p>Виды технологий реализации политических решений: популизм, элитизм, демократизм, радикализм.</p> <p>Механизм осуществления решений: доведение до исполнителей, ресурсы, организация, координация, контроль и ответственность.</p>
5	Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	<p>Конституционно-правовые аспекты взаимодействия основных институтов политической системы: государства, его органов и политических партий – основа технологизации процесса административно-политического управления. Активная деятельность политических партий как фактор демократизации государства.</p> <p>Механизм рационального управления развитием и функционированием политики, сочетающей централизацию с местным самоуправлением. Объективные</p>

		предпосылки участия партий в формировании эффективной политической власти: федеральной, региональной и муниципальной. Политические технологии: демократические выборы, политическое представительство в законодательных органах, взаимодействие и сотрудничество государства и общества по актуальным проблемам социально-политической сферы, механизм взаимоотношений политических партий и органов государственной власти в реализации современной государственной кадровой политики. Формы и методы воздействия и демократического контроля за деятельностью органов власти.
6	Тема 6. Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации	Возможности и особенности применения Интернет в областях политической рекламы и маркетинга, финансирования избирательных компаний, организационно-партийного строительства, политического консультирования. Опыт применения Интернет в сфере политических технологий в России и за рубежом. Два основных вида деятельности политической коммуникации в Сети – прямую рекламу и связи с общественностью. Интернет-ресурс инициатора коммуникации, в роли которого классически выступает веб-сайт. Использование ресурсов Сайтов в политике. Технология политических блогов. Блоготворчество. Создание собственного политического форума. Регулярный мониторинг профильных форумов. Прямая реклама как технология интернет-коммуникации. Контекстная реклама и медийная в политической интернет-коммуникации. Связи с общественностью в Интернете. Стратегия управления виртуальным избирателем (management of virtual voter — MVV). Онлайн представительство в виде сайта политического актора.

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1. Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации*
- Тема 2. Технологии социально-политического анализа*
- Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов*
- Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений*
- Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями*
- Тема 6. Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации*

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

### *Семинар № 1*

*Социально-политические технологии: сущность, виды и методы реализации*

#### *План*

- 1. Понятие и виды политических технологий.*
- 2. Условия реализации политических технологий.*
- 3. Методы разработки технологий.*

4. *Роль политических технологий в политико-административном управлении: федеральный, региональный и местный уровень.*

#### *Практическое занятие № 2*

*Технологии социально-политического анализа*

##### *План*

1. *Определите методы политического анализа, адекватные следующим объектам исследования: политика, выборы органов власти, политический кризис, политическая реформа, политическая модернизация, политическое событие, политическая ситуация, политический процесс, политический конфликт, политическая власть, политическая идеология, субъекты и объекты политики, политическая элита, демократия, политическая система, политическая деятельность, политическое участие, реализация политических технологий, политические коммуникации, политическая культура.*

2. *Определите компоненты объектов политической реальности (см.: пункт 1) и обоснуйте свой вывод об основных тенденциях предполагаемых в них изменений.*

3. *Назовите преимущества и недостатки методов, использованных при политическом анализе объекта исследования.*

4. *Смоделируйте процесс консультирования по актуальной проблеме одного из объектов анализа.*

#### *Практическое занятие № 3*

*Технологии прогнозирования социально-политических процессов*

##### *План*

1. *Анализ политической ситуации. Методика оценки расстановки политических сил в обществе.*

2. *Этапы и методы политического прогнозирования.*

3. *Определите компоненты политических процессов и, используя метод сценариев, спрогнозируйте развитие политической ситуации в следующих политических процессах: укрепление вертикали власти, укрупнение субъектов Федерации (регионов), деятельность полномочных представительств Президента РФ в федеральных округах, выборы глав субъектов РФ и муниципальной власти, формирование партийной системы в России.*

#### *Практическое занятие № 4*

*Технологии принятия политико-административных решений (тренинг)*

##### *Содержание задания*

1. *Проанализировав предложенную политическую ситуацию, предложите свой вариант решения проблемы (см. приложение № 2).*

2. *Аргументированно спрогнозируйте дальнейшее развитие политической ситуации.*

#### *Семинар №5*

*Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями*

##### *План*

1. *Конституционно-правовые аспекты взаимодействия государственных и муниципальных органов власти с политическими партиями.*

2. *Проблемы использования технологий формирования политической власти (см. приложение №2).*

3. *Технологии демократического контроля за деятельностью органов власти.*

4. *Тестирование по проблеме эффективности политической власти и контроля (см. приложение №1).*

#### *Семинар №6*

##### *Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации*

1. *Инновационные и преобразующие аспекты использования Интернет в межличностной и групповой коммуникации в политике: отличительные особенности виртуальных коммуникаций.*

2. *Понятие виртуальной общины.*

3. *Община реальная и виртуальная. Культура Интернет.*

4. *Хакерство как контркультурный феномен.*

5. *Информационно-коммуникативные технологии как фактор политического процесса. Популистский и плюралистический потенциал распространения и применения Интернет-технологий.*

##### *Контрольные вопросы и задания:*

1. *Возможности и особенности применения Интернет в областях политической: рекламы и маркетинга,*

2. *Возможности и особенности применения Интернет в областях финансирования избирательных компаний,*

3. *Возможности и особенности применения Интернет в областях организационно-партийного строительства, политического консультирования.*

4. *Опыт применения Интернета в сфере политических технологий в России и за рубежом.*

#### *Семинар №7.*

##### *Политический процесс и Интернет-технологии в государственном управлении*

1. *«Электронное правительство» как технология в системе государственного управления. «Электронное правительство» как форма организации деятельности органов государственной власти в информационном обществе.*

2. *Формирование электронного правительства в России: цели и приоритеты.*

3. *Интернет-гонка. Причины возникновения электронных правительств в Европе, США, Японии. Сравнение государственных программ. Опыт США, Великобритании, Франции, Японии, Китая, Финляндии, ЕС, России, Эстонии.*

4. *Методы государственного контроля над интернетом.*

##### *Контрольные вопросы и задания:*

1. *Государственные стратегии создания электронных правительств и перехода к информационному обществу: сравнительный анализ США и Великобритании;*

2. *Государственные стратегии создания электронных правительств и перехода к информационному обществу: сравнительный анализ США и ЕС;*

3. *Государственные стратегии создания электронных правительств и перехода к информационному обществу: сравнительный анализ России и Великобритании;*

4. *Государственные стратегии создания электронных правительств и перехода к информационному обществу: сравнительный анализ России и Китая;*

5. *Государственные стратегии создания электронных правительств и перехода к информационному обществу: роль корпорации Microsoft;*

6. *Роль ПО в формировании информационного общества: национальные стратегии России, Китая и Европы;*

7. В чем, на Ваш взгляд, основная причина синхронного появления программ государственного развития ИТ в разных странах мира? Что общего в большинстве таких программ?
8. Программы каких стран оказались, на Ваш взгляд, наиболее успешными? Почему?
9. Какие шаги Вы бы порекомендовали своему национальному правительству в качестве приоритетных в области развития ИТ?
10. В чем состоят основные особенности реализации программы «Электронная Россия»? Насколько успешной оказалась эта программа?
11. Новые, революционные подходы к демократии в век информационных технологий.
12. «Электронная демократия» - условие эффективного функционирования власти.
13. Компьютерные коммуникации как фактор наращивания социального капитала и степени взаимного доверия между правительством и гражданами.
14. «Электронное правительство» и «электронная власть»: соотношение, взаимовлияние, взаимодействие.
15. Новые ресурсы, права и проблемы «непосредственной электронной демократии».

#### Семинар №8

##### Технологии агитации и пропаганды в избирательном процессе

1. Агитационно-рекламное направление в тактике проведения избирательной кампании: решаемые задачи и особенности направления.
2. Формирование и поддержка имиджа кандидата
3. Фирменный стиль и основные агитационные материалы (установочный пакет).
4. Прямая реклама в СМИ.

#### Требования к самостоятельной работе студентов:

	Темы курса	Темы к самостоятельной работе
1	Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализировать текст «Специфика современного общества и роль социальных технологий» Ресурс доступа: <a href="http://www.pr-engineering.narod.ru/1_1_1.html">http://www.pr-engineering.narod.ru/1_1_1.html</a></li> <li>2. Проанализировать статью М.Г. Анохина «Политические технологии» и интервью с В.Л. Глазычевым «Технология и технологизация» Ресурс доступа: <a href="http://www.humanities.edu.ru/db/msg/51118">http://www.humanities.edu.ru/db/msg/51118</a> Ресурс доступа: <a href="http://www.shkp.ru/lib/archive/methodologies/technology/glazychev1">http://www.shkp.ru/lib/archive/methodologies/technology/glazychev1</a></li> </ol>

2	Технологии социально-политического анализа	<p><b>Подготовить презентации на темы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Парадигмы политического анализа</li> <li>2) Основные уровни политического анализа</li> </ol> <p><b>Изучить работы:</b>  Симонов К.В. Политический анализ. М. «Логос», 2002.  Турунок С.Г. Политический анализ. Курс лекций. М., «Дело», 2005.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучить материалы исследования теневой экономики в Калининградской области, проведенные по методу Дельфи, и выявить особенности применения данного метода в контексте исследования.</li> <li>2. Изучить работы:</li> <li>3. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Экспертные оценки. М., 2001.</li> <li>4. Горелова В.Л. Мельникова Е.Н. Основы прогнозирования систем. М.: «Высшая школа», 2003</li> </ol>
3	Технологии прогнозирования социально-политических процессов	Изучить Стратегию национальной безопасности Российской Федерации и выявить элементы сценарного подхода в документе
4	Технологии принятия политико-административных решений	<p>Ролевая игра</p> <p>Цель игры: получить навыки организации и проведения политических переговоров с позиции государственного служащего, закрепить знания, полученные на лекциях по данному предмету.</p> <p>Участники: представители городской администрации – мэр, руководитель подразделения по связи с прессой и общественностью; представители четырех конфликтующих партий и движений «Демократическая Россия», «Трудовая Россия», «Русское национальное единство» и «Союз мусульман России».</p> <p>Примерный сценарий. В городе N, где одна центральная площадь, четыре противостоящие друг другу политические силы решили отметить 7 ноября. Естественно – по-разному. Одни – как День примирения и согласия, другие – как праздник Великой октябрьской социалистической революции, третьи – как день скорби по жертвам политического террора, а четвертые – как день национального позора. За неделю до этого дня они заявили городской администрации о своем желании отметить это событие в одном и том же месте – на центральной площади города. Поскольку предыдущая сходка традиционных противников закончилась столкновениями между участниками, то новый мэр города решил провести переговоры со всеми сторонами, чтобы прийти к взаимоприемлемому решению и максимально обезопасить жителей города от беспорядков.</p> <p>Он человек демократических взглядов и потому у него в мыслях нет запрещать кому-то из них выражать свои взгляды, естественно, в рамках конституционных норм. Он тщательно готовится к переговорам, предварительно встречается с каждым из представителей партий и движений, составляет карту переговорного процесса, формулирует повестку дня переговоров, обдумывает процедуры, примерное соглашение. Готовятся к переговорам и участники, стремясь максимально выразить свои требования к власти и выторговать для себя как можно больше преимуществ. И вот день переговоров наступил. Чем завершится этот непростой разговор? Какую модель переговоров изберут его участники? Как будут общаться? Сумеют ли понять друг друга?</p> <p>Слушателям предстоит смоделировать переговоры представителей власти с лидерами партий и движений, прийти к какому-то соглашению, а затем отрефлексировать свое поведение и провести работу над ошибками.</p>

5	Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определите типовую структуру Internet-страницы политического блока, партии.</li> <li>2. Проанализируйте и сравните содержание серверов ведущих общественно-политических объединений России.</li> <li>3. Определите особенности интерактивного общения представителей общественно-политических объединений с электоратом в периоды предвыборной кампании и между выборами.</li> <li>4. Провести SWOT-анализ для предвыборной стратегии политической партии в Калининградской области.</li> </ol>
6	Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализируйте какие-либо сайты фракций в Государственной Думе, персональные сайты лидеров фракций, сайты политических партий и общественных объединений – партнёров партий. Оцените степень эффективности использования партиями/политическими лидерами виртуального пространства для позиционирования. Обратите внимание, как используются партиями/политическими лидерами популярные социальные сети. Выделите примеры наиболее удачного позиционирования в Social Media, назовите используемые инструменты.</li> </ol>
7	Политический процесс и Интернет-технологии в государственном управлении	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Используя видео, выложенное в сети Интернет, ознакомьтесь с записями теледебатов, проходивших накануне последних выборов федерального уровня. Обратите внимание на использование кандидатов данной площадки в качестве элемента избирательной технологии. Обратите внимание на язык телодвижений кандидатов. Подумайте, какие телодвижения являются продуктом работы психолога, а какие – случайными, неконтролируемыми, раскрывающими психологическое состояние кандидата.</li> </ol>
8	Технологии агитации и пропаганды в избирательном процессе	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приведите примеры наивного подхода в формировании стратегии избирательной кампании в России.</li> <li>2. Приведите примеры программного подхода в формировании стратегии избирательной кампании в России.</li> <li>3. На выборах в Государственную Думу России в 1995 г. было предъявлено множество корпоративных избирательных объединений, прямо или косвенно представляющих профсоюзы, врачей, работников транспорта и коммунального хозяйства. Какой подход лежал в основе формирования стратегии избирательной кампании данных объединений? Успешным ли было применения данного подхода?</li> <li>4. Почему в России никогда не был успешным аппаратный подход в формировании стратегии избирательной кампании?</li> <li>5. Является ли эффективным социально-экономический подход в формировании стратегии избирательной кампании для предсказания поведения колеблющихся избирателей? Подтвердите ответ примерами из избирательной практики в России.</li> <li>6. Приведите примеры избирательных кампаний в России, построенных на рекламном подходе.</li> <li>7. Проанализируйте идеологию современных российских партий в соотношении с доминирующими стереотипами массового сознания. Заполните таблицу.</li> <li>8. Приведите примеры применения типовой стратегии отождествления в избирательных кампаниях в России.</li> <li>9. Приведите примеры эффекта «медового месяца» в избирательных кампаниях в России.</li> <li>10. Приведите примеры реализации стратегии борьбы со стереотипом в избирательных кампаниях в России.</li> <li>11. Приведите пример негативных избирательных кампаний в России.</li> </ol>

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятель-

ность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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 выяснения 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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных

между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 2. Технологии социально-политического анализа	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, контрольная работа
Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, деловая игра
Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 6. Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации	ОПК-1, ОПК-2, ПК-2	Опрос, контрольная работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Комплект тестовых заданий

1. **Объективные предпосылки формирования власти, использования политических технологий - это:**

- а) традиционализм;
- б) учет опыта стран Запада;
- в) демократизация государства и развития информационных технологий;
- г) суверенность субъектов РФ.

2. **Политическая технология:**

- а) умения и навыки политического деятеля;
- б) процедура, предусмотренная регламентом;
- в) способ реализации политической власти;
- г) социологический опрос по политической проблеме.

3. **Политические технологии возникли:**

- а) с развитием политологии;
- б) в конце XIX— начале XX века;
- в) после выхода произведения Н. Макиавелли «Государь»;
- г) с появлением власти в обществе.

4. **Субъективный метод разработки политической технологии:**

- а) учет обратной политической связи объекта политического управления;
- б) технология, разрабатываемая одним человеком;
- в) основан на мнении и политической позиции одного человека;
- г) рассчитанное политическое воздействие на одного человека.

5. **Типология политических технологий основывается на:**

- а) назначении;
- б) продолжительности;
- в) уровнях применения;
- г) уровне преобразования политического процесса.

6. **Определите наиболее эффективные кадроведческие технологии:**

- а) тестирование;
- б) контент-анализ документов кандидатов;
- в) аттестация государственных и муниципальных служащих;

- г) собеседование;
- д) конкурс кандидатов на замещение должности.

7. **Практика формирования руководителем, победившим на выборах, «своей команды» аргументируется:**

- а) участием в предвыборной борьбе;
- б) надежностью своих, преданных людей;
- в) профессионализмом и опытом членов команды;
- г) уверенностью в выполнении членом команды любого задания.
- д) отсутствием практического опыта.

8. **Политический процесс:**

- а) смена политических явлений;
- б) серия политических процедур;
- в) политическое действие в соответствии с конституционными нормами;
- г) действия определенного политика.

9. **Методы политического анализа:**

- а) только политологические;
- б) общенаучные;
- в) общелогические;
- г) эмпирические.

10. **Эмпирический метод в политологии:**

- а) анализ политической информации;
- б) эксперимент;
- в) подготовка к политической деятельности человека;
- г) имидж политического деятеля.

11. **Политическое прогнозирование:**

- а) мнение политика о предстоящих событиях;
- б) научно обоснованное представление о развитии политических процессов, ситуаций;
- в) вид политического мониторинга;
- г) политическое представление.

12. **Политическое решение:**

- а) формально принятый проект изменения политической системы, деятельности;
- б) устное распоряжение руководителя по политическому вопросу;
- в) политическое заявление по проблеме;
- г) целеосуществление в политической сфере.

13. **Политическое решение принимается:**

- а) государственной властью;
- б) политической партией;
- в) политической оппозицией;
- г) политическим лидером.

14. **Разработка политического решения:**

- а) политический мониторинг;
- б) творческий процесс подготовки решения политической проблемы;
- в) политический маркетинг;
- г) политическое лоббирование.

15. **Механизм реализации политического решения:**

- а) перечень технологий, осуществляемых от разработки до осуществления;
- б) контроль субъекта политического управления;
- в) способ доведения его до исполнителя;
- г) степень его осуществимости.

16. **Технологическая культура органа политико-административного управления:**

- а) высокий уровень организационно-технического обеспечения;
- б) уровень использования прогрессивных технологий взаимодействия с органами политического управления и населением;

- в) наличие необходимых нормативных документов деятельности;
  - г) общая культура аппарата органа власти.
- 17. Метод сценариев:**
- а) перечень действий предстоящего политического события;
  - б) сценарий выступления политика перед аудиторией;
  - в) логическая последовательность предполагаемых изменений в политических процессах, явлениях, ситуации;
  - г) анализ завершеного политического процесса по отдельным ситуациям или явлениям.
- 18. Политические моделирования:**
- а) конкретное представление политической реальности;
  - б) образец политического деятеля;
  - в) разработка имиджа политика для действий в сложной ситуации;
  - г) политическая система современного государства.
- 19. Эффективность политического прогноза:**
- а) внешнее проявление предсказуемого политического процесса, события;
  - б) степень соответствия научного представления развития политического процесса реальному;
  - в) результативность политического деятеля;
  - г) возросшая политическая активность масс.
- 20. Организационная культура органа ГМУ:**
- а) четкие формальные отношения;
  - б) совместно разделяемые ценности организации;
  - в) высокая культура общения;
  - г) технологии достижения консенсуса.
- 21. Технологический аспект решения политической проблемы:**
- а) последовательность научно и эмпирически обоснованных управленческих действий;
  - б) широкая известность о проблеме;
  - в) консультация с оппозицией;
  - г) поиск виновников критической ситуации.
- 22. Политическое консультирование:**
- а) высшая форма коллективной политической деятельности;
  - б) вид управленческого консультирования;
  - в) технология снятия политической напряженности;
  - г) способ «нейтрализации» политической напряженности.
- 23. Политическая коммуникация:**
- а) сообщение о политическом событии;
  - б) обмен информацией между субъектами политической деятельности, государством и гражданами;
  - в) система связи в органе политического управления;
  - г) официальные и неофициальные связи политика.
- 24. Что более адекватно политическим коммуникациям?**
- а) политические слухи;
  - б) дискредитация;
  - в) коммуникативная активность;
  - г) политические скандалы.
- 25. Эффективность деятельности представителя партии в законодательном органе оценивается:**
- а) участием в заседаниях;
  - б) причастностью к авторству законопроектов;
  - в) количеством участия в различных голосованиях;
  - г) участием в депутатских пресс-конференциях;
  - д) голосованием за законопроекты, имеющие принципиальное значение для жизни граждан и государства.
- 26. Наиболее результативным участием граждан в общественных делах является:**

- a) участие в собраниях и сходах;
  - б) написание коллективных и индивидуальных петиций к власти;
  - в) проявление гражданской инициативы;
  - г) участие в реализации конструктивных локальных социальных проектов.
27. **Конституционные формы демократического контроля власти это:**
- а) мощная акция протеста с эффективным звуковым и световым обеспечением;
  - б) блокирование административных учреждений круглосуточно;
  - в) проводящийся по согласованию с исполнительной властью митинг;
  - г) пикетирование наиболее значимых общественных объектов;
  - д) перекрытие по согласованию с исполнительной властью важных транспортных магистралей.
28. **Эффективность форм демократического контроля политической власти оценивается:**
- а) количеством участников акций;
  - б) степенью освещения проведения мероприятия в СМИ;
  - в) степенью реагирования органов власти на требования граждан;
  - г) поведением участников акции;
  - д) последствиями их протестных действий.
29. **Политическая ответственность:**
- а) любая ответственность политического деятеля;
  - б) коллективная ответственность;
  - в) ответственность перед политической партией, политическим органом, обусловленная конституционными и политическими документами;
  - г) ответственность перед общественным мнением.
30. **Формы реализации политической ответственности:**
- а) любая ответственность культурного человека;
  - б) отказ от публичной политики;
  - в) лишение политической должности;
  - г) конституционная ответственность.
31. **К основным целям обеспечения информационной безопасности относятся**
- А. защита национальных интересов
  - В. обеспечение человека и общества достоверной и полной информацией
  - С. ознакомление с информацией посторонних лиц
  - Д. правовая защита человека и общества при получении, распространении и использовании информации
32. **Как формируется общественное мнение?**
- А. только стихийно;
  - В. общественного мнения фактически не существует, это условная категория;
  - С. общественное мнение можно сформировать целенаправленно.
33. **Кто такие «лидеры общественного мнения»:**
- А. «лидеры мнений» всегда занимают ответственные должности;
  - В. «группы влияния» и «лидеры мнений» - понятия идентичные;
  - С. «лидеры мнений» проявляются только в период обсуждения проблем.
34. **Информационное пространство включает**
- А. Техническую инфраструктуру для обработки, хранения и передачи информации.
  - В. Информационные ресурсы.
  - С. Средства массовой информации.
  - Д. Субъектов информационных взаимодействий и отношения между ними.
35. **Информационная стратегия – это система включающая:**
- А. Цели и задачи.
  - В. Идеологическую платформу.
  - С. Информационно-коммуникационные каналы.
  - Д. Методы и средства деятельности в информационном поле.

36. **Что имеет приоритетное влияние на формирование пространства потоков в модели М. Кастельса**
- А. Информационные каналы.
  - В. Политические институты.
  - С. Коммуникационные центры.
  - Д. Экономические структуры.
  - Е. Интересы элит.
37. **Медиатизация политики это:**
- А. Становление СМИ в качестве посредников между государством и гражданским обществом.
  - В. Становление СМИ в качестве субъектов политического пространства.
  - С. Перемещение политики в символическое пространство СМИ.
38. **Объективные предпосылки формирования власти, использования политических технологий - это:**
- а) традиционализм;
  - б) учет опыта стран Запада;
  - в) демократизация государства и развитие информационных технологий;
  - г) суверенность субъектов РФ.
39. **Электорат может эффективнее выразить свое волеизъявление в выборе кандидата:**
- а) через своих представителей;
  - б) прямым тайным голосованием;
  - в) открытым голосованием;
  - г) участвуя в рейтинге кандидата;
  - д) участием в массовых политических мероприятиях.
40. **Эффективность деятельности представителя партии в законодательном органе оценивается:**
- а) участием в заседаниях;
  - б) причастностью к авторству законопроектов;
  - в) количеством участия в различных голосованиях;
  - г) участием в депутатских пресс-конференциях;
  - д) голосованием за законопроекты, имеющие принципиальное значение для жизни граждан и государственности.
41. **Наиболее результативным участием граждан в общественных делах является:**
- а) участие в собраниях и сходах;
  - б) написание коллективных и индивидуальных петиций адресованных властным структурам;
  - в) проявление гражданской инициативы;
  - г) участие в реализации конструктивных локальных социальных проектов.
42. **Определите наиболее эффективные кадроведческие технологии:**
- а) тестирование;
  - б) контент-анализ документов кандидатов;
  - в) аттестация государственных и муниципальных служащих;
  - г) собеседование;
  - д) конкурс кандидатов на замещение должности.
- 43.. **Конкурсы на замещение вакантных должностей редко проводятся по причине:**
- а) сложности технологических процедур;
  - б) субъективного подхода к оценке кандидатов;
  - в) возможной победы случайного кандидата на вакантную должность;
  - г) отсутствия достойных кандидатов за пределами административной организации;
  - д) отсутствия практического опыта.
44. **Практика формирования руководителем, победившим на выборах,**

**«своей команды» аргументируется:**

- а) участием в предвыборной борьбе;
- б) надежностью своих, преданных людей;
- в) профессионализмом и опытом членов команды;
- г) уверенностью в выполнении членом команды любого задания.

**45. Конституционные формы демократического контроля власти – это:**

- а) мощная акция протеста с эффективным звуковым и световым обеспечением;
- б) блокирование административных учреждений круглосуточно;
- в) проводящийся по согласованию с исполнительной властью митинг;
- г) пикетирование наиболее значимых общественных объектов;
- д) перекрытие по согласованию с исполнительной властью важных транспортных магистралей.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. *Политические технологии: понятие, виды и сферы их реализации.*
2. *Условия реализации политических технологий в современной России.*
3. *Методы разработки и способы реализации социально-политических технологий в государственном и муниципальном управлении.*
4. *Взаимосвязи органов власти с гражданским обществом — основа технологизации государственного управления.*
5. *Технологии лоббистской деятельности.*
6. *Технологии демократического контроля деятельности органов власти.*
7. *Политический анализ как научная основа формирования политических технологий.*
8. *Методы политического анализа.*
9. *Политическое консультирование.*
10. *Анализ политической ситуации*
11. *Метод сценариев развития политической ситуации.*
12. *Место и роль политического решения в государственном и муниципальном управлении.*
13. *Технологии разработки политико-административного решения.*
14. *Механизм реализации политического решения.*
15. *Политические коммуникации.*
16. *Технологии взаимоотношений органов исполнительной власти с политическими партиями и общественно-политическими движениями.*
17. *Оптимизация взаимоотношений государственной власти со средствами массовой информации.*
18. *Технологии взаимоотношений органов государственного и муниципального управления с предпринимательскими ассоциациями, профсоюзными, женскими, молодежными и другими общественными организациями.*
19. *Общественное мнение как обратная политическая связь государственного и муниципального управления гражданским обществом.*
20. *Политические коммуникации: понятие, сущность, развитие.*
21. *Функции политических коммуникаций.*
22. *Соотношение символической и информационной власти. Типы политических коммуникаций.*
23. *Теория повестки дня. Типы повесток. Борьба за повестку дня.*
24. *Основные уровни и акторы политических коммуникаций.*
25. *Элементы «власти» медиа.*
26. *PR в политике.*
27. *Агитация как инструмент политических коммуникаций.*
28. *Особенности немаркетинговых методов политической коммуникации.*
29. *Медиатизация политики и ее последствия.*

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степенью самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

##### Основная литература

1. Акопов, Г. Л. Политика и Интернет: монография / Г.Л. Акопов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/4155. - ISBN 978-5-16-009930-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1680619> – Режим доступа: по подписке.
2. Мухаев, Р. Т. Медиаполитика: учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 401 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5cf8f5af56a078.64918831. - ISBN 978-5-16-015134-2. – Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082451> – Режим доступа: по подписке.
3. Федорченко, С. Н. Современные технологии политического менеджмента : учебное пособие / С.Н. Федорченко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 200 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/19106. - ISBN 978-5-16-018728-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1906711>– Режим доступа: по подписке.

##### Дополнительная литература

1. Бернейс, Эдвард. Пропаганда. М.: Карьера-Пресс, 2015.

2. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.
3. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. Пер. с фр. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
4. Бурдьё П. Общественное мнение не существует // Пьер Бурдьё. Социология политики / Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1993.
5. Глик Джеймс. Информация. История. Теория. Поток. Пер. с англ. М.: АСТ; CORPUS, 2013.
6. Матисон Д. Медиа-дискурс. Пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, 2013.
7. Чалдини, Роберт. Психология влияния. Пер. с англ. СПб.: Пи тер, 2013.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»**

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Современный политический менеджмент»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель: Уразбаев Евгений Евгеньевич, канд. полит. н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».**

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»,  
д-р. пед. наук, профессор

Бударина А.О.

Руководитель ОП

Струкова Е.М.

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Современный политический менеджмент».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Современный политический менеджмент».

Цель освоения дисциплины: формирование знаний, аналитических и технологических навыков в области современного политического менеджмента.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных зарубежных и отечественных теорий современного политического менеджмента;
- изучение политико-управленческих особенностей политической власти;
- изучение проблем политической коммуникации в менеджменте;
- изучение проблем политических имиджевых технологий в сфере политического менеджмента;
- изучение деятельности политического менеджера по обеспечению эффективной политической рекламы кампании.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач;  Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения;  Владеть: методиками разработки цели и задач проекта.
ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения. ПК-1.4. Способен к осуществлению комплексной политической диагностики, участию в экспертизе нормативно-правовых документов и организации работы по объяснению, прогнозированию политических процессов и проблемных ситуаций	Знать: организацию управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно-политических движений, ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий  Уметь: самостоятельно использовать полученные знания в сфере организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно-политических движений, ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий.  Владеть: навыками использования совокупности знаний в сфере организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно-политических движений,

		ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий.
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный политический менеджмент» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки	Объект, предмет и цель политического менеджмента. Концептуальные подходы в политическом менеджменте. Эмпирические методы политического менеджмента. Субъекты и объекты политического управления. Политические технологии в различных политических режимах. Типологии политического управления и политического менеджмента.

2	Развитие политического менеджмента и его основные концепции	Управленческие революции в истории человечества и их итоги. Теории политического менеджмента.
3	Маркетизация современного политического менеджмента	Зарождение политического маркетинга. Политический капитал. Политическое предпринимательство. Концепции политического рынка. Рынок услуг политических технологий. Маркетинговое исследование политического рынка с целью «продажи» политико-управленческого решения.
4	Основы партийного строительства	Проблемы партийного менеджмента. Функции партийного менеджмента. Этапы партийного строительства. Управленческая стратегия партии. Методики анализа политических партий.
5	Эверсионные политические технологии	Смысл эверсионных технологий. Типология «цветных» технологий.
6	Политические технологии в Интернете	Специфика политических технологий в киберпространстве. Блогосфера и политика. Мобильные технологии.
7	Политический PR-менеджмент и работа с информацией	Принципы медиаизмерений и оценки PR. Виды политического PR. Модели построения PR-деятельности. Отличие PR от пропаганды. Пропагандистские технологии.
8	Спин-докторинг и спичрайтинг в политике	Техники интерпретации и манипуляции в медиа. Типы использования спин-докторинга. Цель политического спичрайтинга. Этапы написания политической речи.
9	Политический имиджмейкинг и брендинг	Конструирование политического образа. Элементы построения имиджа. Персональные и корпоративные технологии имиджмейкинга. Процесс создания политического бренда. Партийный брендинг, государственный брендинг, региональный брендинг. Анализ эффективности политического бренда.
11	Политический GR-менеджмент	Задачи политического GR-менеджера. Основные технологии GR-работы. Виды лоббизма в государственных органах власти.
12	Управление политическими кампаниями	Стратегические политические технологии. Структура политического и избирательного штаба. Направления работы штабов. Целевые технологии. Типологии политических проектов.

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

1. *Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки;*
2. *Развитие политического менеджмента и его основные концепции;*
3. *Маркетизация современного политического менеджмента.*

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика практических занятий
1	Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки	1. Место дисциплины «Политический менеджмент» в системе социо-гуманитарных дисциплин; 2. Прикладные методики политического анализа в рамках политического менеджмента.

2	Развитие политического менеджмента и его основные концепции	1. История политического управления и менеджмента; 2. Современные концепции и технологии политического менеджмента.
3	Маркетизация современного политического менеджмента	1. Менеджмент и рынок; 2. Особенности политического рынка; 3. Предложение политического продукта.
4	Основы партийного строительства	1. Технологии партийного строительства; 2. Партия как участник современного политического рынка; 3. Эффективное управление партией и ее подразделениями.
5	Эверсионные политические технологии	1. Управление с помощью эверсионных технологий; 2. Плюсы и минусы применения эверсионных технологий.
6	Политические технологии в Интернете	1. Политический рынок в Интернете; 2. Политическое управление с помощью Интернет-технологий; 3. Работа политиков и чиновников в сети Интернет.
7	Политический PR-менеджмент и работа с информацией	1. Использование технологий PR в политической рекламе. 2. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения. 3. Организация системы обратной связи кампании. Мониторинговые исследования. 4. Методы социологического опроса населения.
8	Спин-докторинг и спичрайтинг в политике	1. Виды и современные примеры применения политического спин-докторинга; 2. Этапы и принципы эффективного спичрайтинга; 3. Групповая работа по разбору политической ситуации.
9	Политический имиджмейкинг и брендинг	1. Типологии имиджей политических лидеров. 2. Имиджевые коммуникативные стратегии и средства формирования имиджа лидера. 3. Особенности политических имиджей и имиджево-коммуникативных стратегий российских политических лидеров. 4. Особенности политических имиджей и имиджево-коммуникативных стратегий зарубежных политических лидеров.
11	Политический GR-менеджмент	1. Принципы GR-менеджмента; 2. Примеры лоббистских групп; 3. Разработка GR-продвижения.
12	Управление политическими кампаниями	1. Понятие политической кампании как вида политико-управленческих отношений. Виды политических кампаний. 2. Субъекты и объекты политических кампаний. Специфика субъект-объектных управленческих отношений в политических кампаниях. 3. Факторы, влияющие на субъект-объектные политико-управленческие отношения и выбор технологий проведения политических кампаний. 4. Принципы создания типовой эффективной команды-субъекта (организации) управления политической кампанией.

## Требования к самостоятельной работе студентов

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки	1. Работа с литературой по теме.
2	Развитие политического менеджмента и его основные концепции	1. Работа с литературой по теме.
3	Маркетизация современного политического менеджмента	1. Разработка политико-маркетинговой матрицы.
4	Основы партийного строительства	1. Работа с литературой по теме; 2. Прикладной анализ политической партии или ее отделения. Оценка эффективности работы.
5	Эверсионные политические технологии	1. Работа с литературой по теме; 2. Анализ конкретного примера применения эверсионных технологий.
6	Политические технологии в Интернете	1. Анализ применения политических технологий в Интернете.
7	Политический PR-менеджмент и работа с информацией	1. Работа с литературой по теме; 2. Разбор эффективных примеров политического PR.
8	Спин-докторинг и спичрайтинг в политике	1. Работа с литературой по теме; 2. Написание политической речи и проработка реакции политика на кризисное событие.
9	Политический имиджмейкинг и брендинг	1. Работа с литературой по теме; 2. Анализ наиболее ярких политических имиджей.
11	Политический GR-менеджмент	1. Работа с литературой по теме; 2. Анализ успешной GR-кампании.
12	Управление политическими кампаниями	Комплексное задание: 1. Анализ территории проведения политической кампании и целевой аудитории; 2. Предложение политико-управленческого решения и имиджа политика; 3. Расчет стоимости политической кампании.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабора-

торные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

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.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, тестовые задания, доклад
Развитие политического менеджмента и его основные концепции	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, тестовые задания, доклад
Маркетизация современного политического менеджмента	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, доклад, построение матрицы
Основы партийного строительства	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Опрос, доклад
Эверсионные политические технологии	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, доклад
Политические технологии в Интернете	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, доклад
Политический PR-менеджмент и работа с информацией	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, кейсы
Спин-докторинг и спичрайтинг в политике	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Опрос, деловые игры, технология моделирования ситуации
Политический имиджмейкинг и брендинг	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, кейсы
Политический GR-менеджмент	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	Опрос, кейсы, проект
Управление политическими кампаниями	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Опрос, проект

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Тестирование

1. Политический менеджмент представляет собой ...

- управление политическими событиями, ориентированное на реализацию определенных политических интересов тех или иных участников политического процесса
  - управление политической активностью граждан
  - направление теоретической политологии, которое занимается концептуальным анализом политических организаций и институтов
  - совокупность методов, приемов и рекомендаций, разрабатываемых в политологии для эффективной организации политических кампаний
2. К числу основных компонентов девиации можно отнести:
- классовую структуру общества
  - специальные институты общества, призванные корректировать девиантные проявления
  - характер и особенности господствующего политического режима
  - человека, которому свойственно определенное поведение
3. Потребности признания и самоутверждения Маслоу иначе назвал:
- престижными
  - экзистенциальными
  - социальными
  - органическими
4. Результативность управления, характеризующаяся степенью использования имеющихся ресурсов для достижения поставленных целей, — это:
- критерий управления
  - момент управления
  - эффективность управления
  - управленческий контроль
5. Объединение людей, совместно реализующих политическую программу или цель, действующих на основе определенных правил, является:
- политической организацией
  - политическим институтом
  - политическим руководством
  - политической элитой

### Контрольная работа

1. Контроль и организация маркетинговой деятельности.
2. Принципы выбора целевого сегмента политического рынка.
3. Принципы выбора целевого сегмента политического рынка.

### Индивидуальное задание

1. Постройте электоральную модель избирательного округа;
2. Рассчитайте бюджет рекламной кампании кандидата в округе;
3. Постройте политико-маркетинговую матрицу для исследования политического рынка

Анализируемая проблема: \_\_\_\_\_

Политический продукт: \_\_\_\_\_

<b>Первый этап. Создание дескриптивной модели (описание проблемы)</b>	
<b>Направление исследования</b>	<b>Параметры исследования</b>
Сбор данных	Выявление основных акторов
Описание проявлений	Распределение проявлений
Описание обстоятельств проявления	Определение зависимости проявлений от иных факторов
Выявление политической географии	Локализация территорий
Выявление отношения людей	Определение степени поддержки, равнодушия, сопротивления
Изучение институциональных условий	Фиксация норм, традиций, изучение публичного пространства
Определение групп влияния	Выявление внутренних и внешних политических акторов, заинтересованных в продукте
<b>Второй этап. Создание экспликативной модели (объяснение причин проблемы)</b>	
Выявление бытовых причин проблемы	Определение бытовых оценок

Определение взаимосвязи проблемы с другими проблемами	Определение конфликтных зон
Изучение социально-экономического контекста проблемы	Выявление ущемленных групп
Анализ корреляций роста актуальности проблемы с высказываниями политических акторов	Контент-анализ заявлений
Исследование стереотипов о проблеме и политической мифологии	Учет стереотипов и мифов в обществе
<b>Третий этап. Сегментация политического рынка</b>	
Классификация основных акторов	Определение активистов, сочувствующих и пассивных
Классификация активно поддерживающих и противостоящих	Локализация связи политических сил
Классификация зон проблемы	Определение географических, урбанистических факторов и т.д.
Систематизация основных глубинных причин проблемы	Все изученные причины подробно классифицируются, устанавливаются взаимосвязи

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Становление и развитие политического менеджмента
2. Объект и предмет политического менеджмента
3. Цели, задачи и функции политического менеджмента
4. Основные направления политического менеджмента
5. Политический брендинг и имиджмейкинг
6. Виды и типы электоральных технологий
7. Политико-управленческое решение: подготовка и выбор эффективного решения
8. Политический маркетинг, маркетинговые модели в политике и политический рынок
9. Разработка концепции избирательной кампании
10. Анализ электорального пространства
11. Политическое консультирование как форма политической деятельности: типы и направления
12. PR и GR в политическом менеджменте
13. Оценка эффективности политического менеджмента
14. Виды политического управления
15. Особенности политического менеджмента в РФ
16. Партийное строительство как вид политического менеджмента
17. Анализ политической партии
18. Принципы управления политическими кампаниями
19. Политические технологии: виды и характеристики
20. Политический спичрайтинг и спин-докторинг

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных	отлично	зачтено	86-100

		методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

### Основная литература

1. Семенов, В. А. Политический менеджмент: учебное пособие для магистратуры / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 298 с. УБ(10), ч.з.N2(1)
2. Семёнов, А. В. Политическое управление: личностное измерение : монография / А.В. Семёнов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 177 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1868933. - ISBN 978-5-16-017702-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1868933> – Режим доступа: по подписке.
3. Тавокин, Е. П. Политическое управление: учеб. пособие / Е.П. Тавокин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 209 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/20878](http://www.dx.doi.org/10.12737/20878). - ISBN 978-5-16-012198-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/988358> – Режим доступа: по подписке.
4. Федорченко, С. Н. Современные технологии политического менеджмента: учебное пособие / С.Н. Федорченко. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 200 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19106. - ISBN 978-5-16-012089-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816942> – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

1. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии: учебное пособие / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 364 с. УБ(10), ч.з.N2(1)
2. Вилков А.А. Избирательные технологии: проблема эффективности и политических последствий // Власть. - 2003. - № 4
3. Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- № 2. - С. 17-25.
4. Востряков Л. Е., Кашина М. А. Имидж политиков и чиновников: специфика и проблемы «конструирования» // Научные труды Северо-западной академии государственной службы, 2011. Т. 2, вып. 3

5. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2012. - 317.
6. Ляпина Т. Современные избирательные технологии и театр политических теней. Руководство по поста-новке политических представлений. — Киев: Рыбари, 2009. — 399с.
7. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. М.: Русская панорама, 2017. - 680 с.
8. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. М.: Издательство «Весь Мир», 2008, 352 с.
9. Ольшанский Д.В. Политический PR/ Д. В. Ольшанский. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2003 540б.
10. Справочник по политическому консультированию. Под редакцией Дэвида Д. Перлматтера. М.: Инфра-М, ИМИДЖ-Контакт, 2002.
11. Современные технологии политического менеджмента: Учебное пособие / Федорченко С.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 200 с.
12. Взаимодействие бизнеса и власти (GR-менеджмент): теория и практика: Учебно-методическое пособие / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, В. С. Епинина [и др.] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Волгоградский государственный социально-педагогический университет. — Волгоград : Научное издательство ВГСПУ "Перемена", 2019. — 168 с.
13. Абрамова, О. Г. GR как инструмент повышения эффективности современного государственного управления / О. Г. Абрамова, Р. Т. Мухаев // Политика и общество. — 2019. — № 4. — С. 1-19.
14. Асатрян, С. Р. Government relations как фактор эффективного ведения бизнеса / С. Р. Асатрян // Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации : Сборник статей V Международной научно-практической конференции, Пенза, 20 декабря 2020 года. — Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. — С. 150-153.
15. Дегтярев, А. А. Современный GR-менеджмент как сфера межсекторального управления / А. А. Дегтярев // Предметное поле экономической политологии / Под ред. Л. Е. Ильичевой, В. С. Комаровского. — Москва : Общество с ограниченной ответственностью Издательство "Аспект Пресс", 2018. — С. 170-180.
16. Кайль, Я. Я. Основные тенденции и проблемы развития GR-менеджмента / Я. Я. Кайль, В. С. Епинина, Р. М. Ламзин // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. — 2017. — № 3. — С. 37-43.
16. Копаница, В. Ю. Перспективы отечественного GR-менеджмента в условиях санкций / В. Ю. Копаница, Р. С. Марков // Modern Economy Success. — 2022. — № 2. — С. 132-134.
18. Ламзин, Р. М. Открытость публичной власти как фактор повышения эффективности GR-деятельности / Р. М. Ламзин, В. С. Епинина, Я. Я. Кайль // Грани познания. — 2019. — № 3(62). — С. 38-41.
19. Ложевский, И. А. GR-менеджмент как функция топ-менеджмента / И. А. Ложевский, М. А. Майборода // Бизнес. Общество. Власть. — 2017. — № 26. — С. 31-64.
20. Мухаев, Р. Т. GR-менеджмент: наука или искусство эффективной публичной коммуникации? (начало) / Р. Т. Мухаев // Знание. Понимание. Умение. — 2018. — № 1. — С. 114-128.
21. Мухаев, Р. Т. GR-менеджмент: наука или искусство эффективной публичной коммуникации? (окончание) / Р. Т. Мухаев // Знание. Понимание. Умение. — 2018. — № 2. — С. 173-190.
22. Современные практики и технологии взаимодействия бизнеса и власти в контексте GR-менеджмента / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, В. С. Епинина [и др.]. — Курск : Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2019. — 164 с.
23. Тетерюк, А. С. GR-анализ процесса прохождения законодательной инициативы в государственных органах в контексте лоббистской деятельности / А. С. Тетерюк, М. Д. Бондарев // Ars Administrandi. Искусство управления. — 2020. — Т. 12. — № 3. — С. 385-417.

24. Government Promoting Communication Tool in Innovation Development of Companies / S. A. Lipina, S. A. Lochan, D. V. Fedyunin, V. V. Bezpалov // *European Research Studies Journal*. – 2017. – Vol. 20. – No 4B. – P. 536-547.
25. Гайдук В. В. Государственная политика управления имиджем территории в научно-экспертном измерении / В. В. Гайдук, А. С. Лукьянцев // *Этносоциум и межнациональная культура*. – 2017. – № 8(110). – С. 29-38.
26. Дагаева Е. А. Эволюция методологических подходов к анализу понятия "имидж" / Е. А. Дагаева // *Вестник Таганрогского института управления и экономики*. – 2017. – № 2(26). – С. 84-87.
27. Дворковая М.В.. Политическая имиджелогия как наука и практика // *Наука и современность*, № 30, 2014, С. 93-97.
28. Керимов А. А. Имидж политического лидера в эпоху цифровых медиа-технологий: особенности формирования / А. А. Керимов, Д. А. Попцов // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология*. – 2020. – Т. 20. – № 3. – С. 366-370. – DOI 10.18500/1818-9601-2020-20-3-366-370.
29. Кисловская К. В. Конструирование имиджа женщины-политика в России: проблемы и преимущества / к. В. Кисловская // *Власть*. – 2018. – Т. 26. – № 5. – С. 172-174.
30. Мелконян Н. А. Социологические исследования как условие эффективности технологий политического имиджмейкинга / Н. А. Мелконян // *Социология и право*. – 2012. – № 2(13). – С. 5-10.
31. Михальченко, В. Л. Коммуникационная стратегия PR: бренд, имидж, репутация / В. Л. Михальченко // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2010. – № 4. – С. 207-218.
32. Нагорняк, Т. Л. Бренд-политика: технологии и методики оценки / Т. Л. Нагорняк // *PolitBook*. – 2013. – № 2. – С. 155-166.
33. Новикова Е. Н. Технологии и механизмы формирования имиджа политического лидера / Е. Н. Новикова // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. – 2009. – № 2(10). – С. 19-25.
34. Помигуева, Е. А. Архетипы культуры как основа формирования имиджа современного политика / Е. А. Помигуева // *Культура и цивилизация*. – 2020. – Т. 10. – № 5-1. – С. 181-187. – DOI 10.34670/AR.2020.29.35.024.
35. Ревенко А. А. Специфика имидж-консультирования и роль консультанта в его осуществлении / А. А. Ревенко, Н. И. Чеботарева // *Вестник Московского гуманитарно-экономического института*. – 2020. – № 1. – С. 311-322. – DOI 10.37691/2311-5351-2020-0-1-311-322.
36. Фатыхова, Д. Р. Национальные архетипы и их значение при формировании имиджа политика / Д. Р. Фатыхова, Е. Р. Ефимова // *Современный научный вестник*. – 2015. – Т. 7. – № 2. – С. 61-66.
37. Фатыхова, Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика / Д. Р. Фатыхова // *Вестник экономики, права и социологии*. – 2014. – № 4. – С. 263-265.
38. Чикиндин, М. А. Взаимосвязь архетипичного и ситуационного в имидже политического лидера / М. А. Чикиндин // *Ученые записки УО ВГУ им. П.М. Машерова*. – 2019. – Т. 29. – С. 83-88.
39. Шомова С. А. Развлекать и властвовать: образы Российской власти и оппозиции в интернет-мемах / С. А. Шомова // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2019. – № 3. – С. 23-43. – DOI 10.30547/vestnik.journ.2.2019.2343.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

– НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания

- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Социология экономической сферы жизни общества»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук,  
профессор

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Социология экономической сферы жизни общества».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Наименование дисциплины: «Социология экономической сферы жизни общества»

*Цель курса* – формирование у студентов представлений о социальных факторах, определяющих экономическое действие, методах эконом-социологического исследования и навыков для возможного применения этих знаний в различных видах профессиональной деятельности.

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.</p> <p>ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические концепции и категориальный аппарат экономической социологии;</li> <li>- ключевые термины для описания и обсуждения современных социально-экономических проблем;</li> <li>- основные способы и приемы социально-экономического анализа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить социальноэкономического развития современного общества, государства и региона;</li> <li>- выстраивать стратегии управления социально-экономическими процессами современного общества, государства или региона на основе научно обоснованного знания.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления аналитических отчетов, записок, экспертных заключений по социально-экономическим вопросам для выработки управленческих решений;</li> <li>- навыками социологического анализа текущей социальноэкономической ситуации для принятия грамотных и взвешенных решений или экспертизы управленческих проектов.</li> </ul>

**3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Социология экономической сферы жизни общества» входит в вариативную часть образовательной магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

**4. Виды учебной работы по дисциплине.**

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной

работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Раздел 1. Социальные основы экономической деятельности	Тема 1. Развитие представлений об экономической деятельности и экономических отношениях в экономике и социологии Тема 2. Современная экономическая социология Тема 3. Социокультурные основы экономического действия Тема 4. Социальные роли в экономических институтах Тема 5. Социология предпринимательства Тема 6. Фирма как основной субъект хозяйственной деятельности. Тема 7. Организационная структура, культура и процессы
2	Раздел 2. Экономика и социальная система	Тема 8. Трудовые отношения Тема 9. Современный рынок труда Тема 10. Домашнее хозяйство и неформальная экономика Тема 11. Социальная и экономическая стратификация Тема 12. Экономическая социология современной России

### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

#### Раздел 1. Социальные основы экономической деятельности

Тема 1. Развитие представлений об экономической деятельности и экономических отношениях в экономике и социологии. Теоретические модели «экономического человека» и «социологического человека». Основные экономические теории и парадигмы: политэкономия, маржинализм, кейнсианство, новая австрийская школа. Эволюция экономических представлений о человеке во 2-й половине XX века. Теории рационального выбора. Эволюция социологических представлений об экономических отношениях и хозяйственной деятельности. Формирование экономической социологии как самостоятельного раздела социологической науки.

Тема 2. Современная экономическая социология. Возрождение экономической социологии в 1980-х годах. «Новая экономическая социология» (М.Грановеттер). Развитие экономической социологии за счет взаимодействия с сетевой теорией (Р.Барт), теорией организации (Н.Флигстейн), социологией культуры (В.Зелизер). Понятия «укорененности» (embeddedness) и социального конструирования экономики как основа новой экономической социологии. Формирование исторического и сравнительного подхода в экономической социологии. Социологический анализ интересов (Дж.Коулман). Экономическая проблематика в работах современных европейских социологов (Н.Луман, П.Бурдьё, Б.Латур и М.Каллон).

Тема 3. Социокультурные основы экономического действия. Культура и экономика. Базовые ценности и их связь с экономической мотивацией и экономическими отношениями. Модели ценностей национальной культуры (Г.Хофштеде, Ф.Тромпенаарс, Э.Холл и др.). Эмпирические свидетельства связи базовых ценностей и экономических показателей. Понятие экономической культуры. Социокультурные основы отношения к собственности, власти, труду, потреблению, богатству.

Тема 4. Социальные роли в экономических институтах. Институционализация экономической деятельности. Многообразие социальных ролей в экономических институтах. Наемные

работники, работодатели, собственники. Рабочие, служащие, руководители. Продавцы и покупатели. Производители и продавцы. Социально-профессиональные роли. Рольевые конфликты в функционировании экономических институтов.

Тема 5. Социология предпринимательства. Социальные и экономические функции предпринимательства. Предпринимательство в различных экономических системах. Предприниматель как инноватор (Й.Шумпетер). Социально-психологические и социокультурные основы предпринимательства. Предприниматели как социальная группа. Социальные характеристики предпринимателей в России и других странах.

Тема 6. Фирма как основной субъект хозяйственной деятельности. Организации как социальные системы. Экономические теории фирмы. Понятие транзакционных издержек. Социологические теории фирмы. Теория бюрократической организации М.Вебера. Индустриальная социология. Социологическая интерпретация теорий организации. и социология труда. Основные типологии организаций. Община, корпорация, ассоциация как идеальные типы организаций. Типы взаимосвязей и взаимодействия организаций. Эволюция организационных форм. Виртуальные организации.

Тема 7. Организационная структура, культура и процессы. Система социальных отношений внутри организации. Формальная и неформальная структура организации. Ресурсы организации. Теория социального капитала. Организационные социальные роли. Принятие решений в организациях разных типов. Вертикальные и горизонтальные отношения в организации. Власть и организационная иерархия. Стили управления. Проблема организационных границ. Взаимодействие организации и внешней среды. Теория стейкхолдеров. Организационная культура.

## **Раздел 2. Экономика и социальная система**

Тема 8. Трудовые отношения. Юридическое и социологическое понимание труда. Критерии трудовой деятельности. Труд и образование. Труд и досуг. Трудовые права и обязанности. Трудовые отношения как разновидность социальных отношений. Управление трудовыми отношениями. Основные этапы развития научного менеджмента. Вклад социологии в становление современной теории менеджмента. Теория «человеческих отношений». Трудовые конфликты и социальные механизмы их разрешения. Связь между внутриорганизационными процессами и мотивацией экономической деятельности. Демократизация управления.

Тема 9. Современный рынок труда. Занятость и рынок труда. Спрос и предложение рабочей силы. Рыночные механизмы и роль государства в регулировании занятости. Внутренние и внешние рынки труда. Трудовая мобильность и ее связь с социальной структурой. Основные факторы сегментации групп занятых. Теория человеческого капитала Г.Беккера. Поиск работы и механизмы найма при различных социально-экономических системах и культурных моделях. Гендерное неравенство на рынке труда. Динамика трудовых процессов. Изменение рынка занятости при переходе к постиндустриальному обществу. Повышение гибкости труда и развитие новых типов занятости. Неполная занятость, гибкая занятость, множественная занятость, самозанятость. Фриланс. Глобализация рынка рабочей силы. Основные виды и факторы безработицы в современной экономике.

Тема 10. Домашнее хозяйство и неформальная экономика. Понятие неформальной экономики. Роль неформальной занятости в различных странах. Факторы, способствующие становлению неформальных экономических отношений. Домашнее хозяйство как вид экономической деятельности. Проблема измерения домашнего хозяйства. Субстантивная экономика (А.В.Чаянов, К.Поланьи). Изменение структуры домашнего хозяйства.

Тема 11. Социальная и экономическая стратификация. Макроуровень экономических отношений. Проблема неравенства в распределении ресурсов. Объективный и субъективный социально-экономический статус. Понятие класса. Основные теории социальной стратификации (классовая, функциональная и др.). Уровни и формы стратификации. Экономические, социальные и социальнопсихологические последствия неравенства. Взаимосвязь различных видов стратификации. Типы стратификационных систем. Показатели социально-экономического расслоения. Глобальное социально-экономическое неравенство. Социальная мобильность и ее роль в экономической деятельности. Каналы социальной мобильности.

Тема 12. Экономическая социология современной России Экономическая структура современной России. Экономические трансформации в постсоветский период. Место России в мировой экономике. Проблема интеграции в мировые технологические цепочки. Показатели социально-экономического развития. Характеристика развития экономических институтов. Влияние экономических санкций на экономическую политику. Проблема экономической и политической изоляции. Социально-экономическая структура современного российского общества. Проблема неравенства. Возможности социальной мобильности. Структура и динамика занятости населения. Уровень и качество жизни. Мотивация экономической деятельности и развитие предпринимательства. Патернализм и усиление роли государства в экономике. Проблема выбора социально-экономической модели. Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебной дисциплины и должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньших затратах времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

### **Рекомендуемая тематика практических занятий**

#### **Раздел 1. Социальные основы экономической деятельности**

Тема 1. Развитие представлений об экономической деятельности и экономических отношениях в экономике и социологии.

Вопросы к теме: 1. Модель «экономического человека»: плюсы и минусы научного объяснения. 2. Социологическая критика модели «экономического человека». 3. Экономическое поведение с точки зрения основных парадигм социологии. 4. Поведенческая экономика и социологическое объяснение человеческого поведения: сходства и различия.

Тема 2. Современная экономическая социология.

Вопросы к теме: 1. Основные принципы и идеи теории М.Грановеттера 2. Основные положения теории Р.Барта. 3. Основные положения теории Н.Флигстейна. 4. Основные положения теории В.Зелизер. 5. Экономическая социология П.Димаджо.

Тема 3. Социокультурные основы экономического действия.

Вопросы к теме: 1. Теории культуры Г.Хофштеде и Ф.Тромпенаарса: сходства и различия. 2. Какие ценности способствуют экономическому развитию? 3. Каким образом ценности влияют на экономическую активность? 4. Способствует ли ценностный профиль России экономическому процветанию? 5. Меняется ли российская экономическая культура в настоящее время?

Тема 4. Социальные роли в экономических институтах.

Вопросы к теме: 1. Дайте характеристику социальных ролей при плановой и рыночной экономике. 2. Охарактеризуйте ролевой набор любого экономического субъекта. 3. Охарактеризуйте ролевые конфликты любого конкретного экономического субъекта.

Тема 5. Социология предпринимательства.

Вопросы к теме: Какими 1. Каковы социальные условия, способствующие развитию предпринимательства? 2. социально-психологическими предприниматель? чертами должен обладать 3. В чем заключается специфика современных российских предпринимателей? 4. Какие типы предпринимателей можно выделить в современной России?

Тема 6. Фирма как основной субъект хозяйственной деятельности.

Вопросы к теме: 1. Социологическая критика экономических теорий фирмы. 2. Чем различаются организации с точки зрения социологии? Социологические подходы к типологии организаций. 3. Специфика социальных отношений и процессов в виртуальной организации.

Тема 7. Организационная структура, культура и процессы. Форма проведения – практическое занятие.

Вопросы к теме: 1. Методы анализа социальных отношений внутри организации. 2. Анализ социальных ролей на примере конкретной организации. 3. Чем различаются социальные отношения в открытых и закрытых организациях? 4. Как связаны национальная и организационная культура?

### **Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)**

Не предусмотрены.

## **Требования к самостоятельной работе студентов**

Работа с конспектом лекций. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение индивидуальных заданий преподавателя.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления

обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Развитие представлений об экономической деятельности и экономических отношениях в экономике и социологии	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 2. Современная экономическая социология	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 3. Социокультурные основы экономического действия	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 4. Социальные роли в экономических институтах	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 5. Социология предпринимательства	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 6. Фирма как основной субъект хозяйственной деятельности.	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 7. Организационная структура, культура и процессы	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 8. Трудовые отношения	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 9. Современный рынок труда	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 10. Домашнее хозяйство и неформальная экономика	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 11. Социальная и экономическая стратификация	ПК-4	тестирование, устный опрос
Тема 12. Экономическая социология современной России	ПК-4	тестирование, устный опрос

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

1. Раскройте содержание программы социологического исследования.
2. Дайте определение понятиям: верификация, репрезентативность, валидность.

3 Классифицируйте виды социологического исследования в соответствии с параметрами масштаба и сложностью решаемых задач.

4. В чем заключается специфика интервьюирования как вида социологического опроса?

5. Раскройте содержание основных этапов проведения социологического исследования.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

*Перечень вопросов к зачету:*

1. Труд как социологическая категория
2. Экономические и социальные функции труда
3. Уровни и формы трудовых отношений
4. Управление трудовыми отношениями на микро- и макроуровне
5. Менеджмент организации и экономическое поведение
6. Занятость в плановой и рыночной экономике
7. Факторы формирования спроса на рабочую силу
8. Факторы формирования предложения рабочей силы
9. Теория человеческого капитала
10. Трудовая миграция. Глобальный рынок труда
11. Современные виды занятости
12. Социальные и экономические факторы безработицы
13. Неформальная занятость и теневая экономика
14. Домашнее хозяйство в структуре экономики
15. Социальное неравенство: виды, формы, причины
16. Основные теории стратификации
17. Объективный и субъективный социально-экономический статус
18. Социальные и экономические последствия усиления неравенства
19. Основные показатели социально-экономического неравенства
20. Мировая экономика и глобализация социально-экономических отношений: социальные факторы и последствия
21. Основные модели социально-экономических систем
22. Трансформация социально-экономических отношений в условиях развития информационного общества
23. Теория мировых систем И. Валлерстайна
24. Содержание основных экономических идеологий
25. Экономическая идеология и экономическая политика
26. Социально-экономическая структура российского общества
27. Трансформация экономических институтов в постсоветский период
28. Место России в основных международных показателях и индексах социальноэкономического развития
29. Роль государства в экономике России
30. Основные современные проблемы социально-экономического развития России
31. Неформальная занятость и теневая экономика
32. Домашнее хозяйство в структуре экономики
33. Социальное неравенство: виды, формы, причины
34. Основные теории стратификации
35. Объективный и субъективный социально-экономический статус
36. Социальные и экономические последствия усиления неравенства
37. Основные показатели социально-экономического неравенства
38. Мировая экономика и глобализация социально-экономических отношений: социальные факторы и последствия
39. Основные модели социально-экономических систем
40. Трансформация социально-экономических отношений в условиях развития информационного общества

41. Труд как социологическая категория
42. Экономические и социальные функции труда
43. Уровни и формы трудовых отношений
44. Управление трудовыми отношениями на микро- и макроуровне
45. Менеджмент организации и экономическое поведение
46. Занятость в плановой и рыночной экономике
47. Факторы формирования спроса на рабочую силу
48. Факторы формирования предложения рабочей силы
49. Теория человеческого капитала
50. Трудовая миграция. Глобальный рынок труда

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70

Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня	неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55
---------------	---	---------------------	------------	----------

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

#### Основная литература:

1. Экономическая социология : учебник / под науч. ред. К.В. Воденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 252 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Южному федеральному университету — 100 лет). — DOI: <https://doi.org/10.12737/13199>. - ISBN 978-5-369-01478-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233826>. – Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Волков, Ю. Е. Социология : учебное пособие для магистрантов / Ю. Е. Волков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 396 с. - ISBN 978-5-394-03531-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093172>– Режим доступа: по подписке.
2. Тавокин, Е. П. Социология : учебное пособие / Е. П. Тавокин. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006379-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1981709>. – Режим доступа: по подписке.

### 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Сторителлинг и спичрайтинг»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Струкова Е.М., старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Сторителлинг и спичрайтинг».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Сторителлинг и спичрайтинг»

**Цель дисциплины:** представить обучающимся вопросы теории современного сторителлинга и спичрайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов), создания рекламных историй.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход. УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации.	<b>Знать:</b> - процессы и технологии разработки, подготовки и создания проета. <b>Уметь:</b> - разрабатывать идею проекта, находить историю и выделять в ней героя, находить подход к работе с героем, обоснованно выбирать инструменты для рассказывания истории, представлять и защищать готовый проект. <b>Владеть:</b> - навыки создания проектов с интерактивными элементами, выбора необходимого типа медиа для реализации проекта, построения коммуникации внутри команды проекта и его аудиторией, представления и защиты проекта.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах). УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	<b>Знать:</b> - основные категории и термины сторителлинга; - основные категории и термины спичрайтинга; - основные параметры оценки различных видов устного общения; - методологические основы анализа текста. <b>Уметь:</b> - ориентироваться в современных научных концепциях, грамотно ставить и решать и практические задачи в области спичрайтинга; - проводить основные этапы комплексного анализа текстов;

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в речевой ситуации в условиях активизации публичных коммуникаций;</li> <li>- производить оценку значимости каждого элемента в речевом функционировании;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками общения, анализа и использования данных прикладных исследований в области спичрайтинга;</li> <li>- навыками самостоятельного мышления в соответствии с правилами логики и техники мыслительной деятельности.</li> </ul>
<p>ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p>ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные приемы создания текста публичного выступления;</li> <li>- основные этапы работы над формированием имиджа выступающего.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать текст публичного выступления для должностного лица базисного субъекта PR;</li> <li>- определять качество подготовленного и произнесенного публичного выступления.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработки информации, содержащейся в текстах.</li> </ul>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Сторителлинг и спичрайтинг» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период ат-

тестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Введение в курс «Спичрайтинг». Речевая практика современного общества	Знакомство с профессией «Спичрайтер». Определение понятия «Спичрайтинг». Риторика пармена. Личные контакты и беседы. Публичные выступления. Интервью. Дискуссии в различных аудиториях, беседы по телефону. Деловая риторика. Спичрайтинг как специфическая PR-технология. Профессионально-личностные характеристики спичрайтера как профессионально-должностной специализации профессии паблик рилейшнз. Взаимодействие спичрайтинга как дисциплины с риторикой, имиджелогией, паблик рилейшнз, копирайтингом.
2	Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории	Выработка стратегических установок исследования темы. Техника работы с источниками. Этапы работы над речью: аспектуализация, классификация, аргументация. Работа с иллюстративным материалом. Написание публичного выступления. Речевые приемы, используемые во вступительной речи. Средства диалогизации выступления. Методы последовательного изложения основного тезиса выступления.
3	Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика.	Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Средства публичной речи. Эмоциональная выразительность речи. Особенности публичной речи. Совершенствование навыков устной речи. Технические параметры речи.
4	Риторические навыки PR-специалиста	Риторические навыки PR-специалиста. Риторика как часть профессиональной компетенции пиармена. Цели публичного выступления, подготовленного PR-специалистом. Консалтинг руководителя

		базисного субъекта PR по организации публичного выступления и его исполнению. Спичрайтерский текст. Мнимое авторство.
5	Знакомство с понятием сторителлинга	История возникновения сторителлинга, форматы, которые можно применять при рассказывании историй, принципы сторителлинга, основные моменты, на которые важно обращать внимание, лонгриды, как основной формат сторителлинга, история лонгридов, виды лонгридов, самые известные лонгриды.
6	Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге	Выбираем на чем основываться при рассказывании истории, какой тип медиа будет ключевым. Основы работы с текстом, фото и видео. Знакомство с таймлайнами, интерактивными картами, изображениями и инфографикой. Дополнительные интерактивные элементы, как один из форматов подачи информации, платформы для создания.
7	Герой истории	Поиск истории и героя в этой истории. Кто может быть героем и как с ним работать.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Не предусмотрено.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Введение в курс «Спичрайтинг». Речевая практика современного общества

Тема 2. Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории

Тема 3. Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика.

Тема 4. Риторические навыки PR-специалиста.

Тема 5. Знакомство с понятием сторителлинга

Тема 6. Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге

Тема 7. Герой истории

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабора-

торные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, тренинги и анализ ситуаций.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке заданий и творческих проектов, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов по теме дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1.	УК-1; УК-4; ПК-1	Презентация

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Введение в курс «Спичрайтинг». Речевая практика современного		
Тема 2. Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории.	УК-1; УК-4; ПК-1	Анализ рекламных текстов Дискуссия
Тема 3. Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика	УК-1; УК-4; ПК-1	Письменная работа
Тема 4. Риторические Навыки PR-специалиста.	УК-1; УК-4; ПК-1	Практическая работа
Тема 5. Знакомство с понятием сторителлинга	УК-1; УК-4; ПК-1	Презентация
Тема 6. Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге	УК-1; УК-4; ПК-1	Практическая работа
Тема 7. Герой истории	УК-1; УК-4; ПК-1	Практическая работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые задания для контрольных работ и кейсов:

### Тема 1. Введение в курс «Спичрайтинг». Речевая практика современного общества.

Презентация, примерные вопросы:

Презентация Студенты придумывают несколько совершенно разных по содержанию тем презентаций (молодежь за ЗОЖ, молодежь патриоты Родины, общественной организации и т.д.). Затем они разбиваются на несколько групп и разрабатывают текст устного выступления на презентации. Лидеры групп публично выступают с данными текстами перед всей аудиторией. В заключение проводится совместный анализ преподавателем и студентами выступлений.

### Тема 2. Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории.

Дискуссия, примерные вопросы:

Дискуссия Проведение в аудитории дискуссии по избранной преподавателем теме.

Обсуждение стратегии дискуссии. Студенты разбиваются на группы сторонников той или иной концепции, анализируют проблему, готовят тезисы выступления, вопросы к оппонентам, задают уточняющие вопросы преподавателю. Выступления в режиме реального времени. Например: "Молодежь в борьбе за мир", "Неформальные объединения молодежи".

### **Тема 3. Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика.**

Письменная работа, примерные вопросы:

Написание студентами тезисов выступления для должностного лица базисного субъекта PR.

Преподаватель задает тему выступлений. Обсуждение в аудитории подготовленных тезисов.

Преподаватель играет роль ведущего и модератора, а студенты роль креативной группы.

Имитация брейнсторминга в режиме реального времени. Например - Проблемы современной молодежи России.

### **Тема 4. Риторические навыки PR-специалиста.**

Практическая работа, примерные вопросы:

Самоанализ спичрайтера Тестирование себя в качестве публичного оратора. Тестирование коммуникативного уровня студентов. Тестирование артистичности обучающихся. Результаты тестирования представлены в письменном виде преподавателю.

### **Тема 5. Знакомство с понятием сторителлинга.**

Практическая работа: создание лонгрида.

### **Тема 6. Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге.**

Практическая работа: выбираем на чем основываться при рассказывании истории, какой тип медиа будет ключевым, выбираем платформу для создания истории.

### **Тема 7. Герой истории.**

Практическая работа: поиск истории и героя в этой истории. Кто может быть героем и как с ним работать.

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Примерные вопросы к зачету:

1. Речевая практика современного общества.
2. Риторические навыки PR-специалиста.
3. Подготовка к публичному выступлению.
4. Организация публичного выступления.
5. Методология оценки воспринимающей аудитории.
6. Техника публичного выступления.
7. Средства управления вниманием аудитории.
8. Аргументация речи.
9. Коммуникационная риторика.
10. Риторика делового общения.
11. Риторические жанры.
12. анализ существующего медиапроекта по предложенным критериям:
  1. Какова тематика проекта? Какой проблеме посвящен проект?
  2. Как проект помогает решать эту проблему
  3. На каких платформах существует проект?
  4. Какой проблеме посвящен проект?
  5. Кто является аудиторией проекта?
  6. Из каких мультимедийных компонентов состоит проект?
  7. К какому жанру вы бы отнесли текст, лежащий в основе проекта (если он там есть)?
  8. Какие приемы визуализации используются в проекте?
  9. Какие исторические личности упомянуты в проекте?
  10. Как осуществляется взаимодействие проекта с социальными сетями?
  11. Как в проекте организована обратная связь с читателем?

12. Какие интерактивные элементы используются в проекте?
13. Какие инструменты монетизации используются в проекте?
14. Кто или какая организация являются создателями проекта?
15. Какие исторические события связаны с фабулой проекта?
16. Какие источники информации использовались в проекте?
17. Соотнесите людей, упомянутых в проекте, с их высказываниями?
18. Что бы вы добавили в проект или исправили в нем для: а. Увеличения его аудитории? б. Повышения интерактивности? с. Повышения эффективности решения обозначенной проблемы? д. Улучшения монетизации?

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 130 с. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082985> – Режим доступа: по подписке.
2. Купчик, Е.В. Основы делового общения и гостеприимства : учеб. пособие / Е.В. Купчик, О.В. Трофимова. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 258 с. - ISBN 978-5-9765-1542-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1035401>. – Режим доступа: по подписке.
3. Уткин, А. Белое зеркало: учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре / А. Уткин, Н. Покровская. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 236 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-3043-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1220213>.

### **Дополнительная литература**

1. Богданова, М. Школа контента: создавайте тексты, которые продают / Майя Богданова. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-96142-576-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078489>. – Режим доступа: по подписке.
2. Колокольцева, Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - Москва : Флинта : Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/406010>. – Режим доступа: по подписке.
3. Обидин, Д. Л. Технология создания рекламного текста : учебно-методическое пособие / Д. Л. Обидин. - Москва : Инфра-М, 2014. - 31 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/497288>. – Режим доступа: по подписке.
4. Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. — М. : ИНФРА-М, 2017. - 288 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003389-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912530>. – Режим доступа: по подписке.
5. Халилов, Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей : практическое руководство / Д. Халилов. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 583 с. - ISBN 978-5-9614-4271-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904813>. – Режим доступа: по подписке.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС

- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
Институт гуманитарных наук  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Теория и практика рекламы и связей с общественностью»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сивкова Анна Вадимовна, к.ф.н, доцент, Струкова Елена Михайловна, старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Виды учебной работы по дисциплине
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
- 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
- 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
- 8.3. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов целостного представления о PR как части социальной, политической и экономической деятельности различных субъектов — людей, компаний, организаций, сообществ.

### Задачи изучения дисциплины:

- ознакомить магистрантов с краткой историей развития PR в мире и в России; описать современное состояние PR-отрасли в России; перспективы развития PR (сценарии будущего);
- дать определение понятия «PR» как вида коммуникативной деятельности и как социального института;
- рассмотреть связь PR и рекламы; подход к PR как комплексной деятельности;
- описать основные функции PR и рекламы;
- раскрыть специфику PR в различных видах организаций (политический, социальный и коммерческий (бизнес) PR) и для различных видов субъектов (человек, компания, социальная группа и т.п.);
- найти различия и точки соприкосновения таких видов деятельности, как PR, управление репутацией, брендинг и реклама;
- описать основные этапы разработки корпоративной PR-стратегии, процесс реализации и корректировку;
- дать представление об основных методах оценки эффективности PR-деятельности;
- описать специфику функционирования профессионального PR-сообщества;
- рассказать об основных операторах рынка рекламных и PR-услуг.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах). УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	<b>Знать:</b> - современные коммуникативные технологии. <b>Уметь:</b> - представлять результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях. <b>Владеть:</b> - навыками редактирования, составления различных рекламных текстов.
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.	<b>Знать:</b> формы и закономерности соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста; <b>Уметь:</b> устанавливать закономерное соотношение между планом выражения и планом содержания в рамках

<p>иностранных языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.2 Умеет организовать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранных) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранных) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>медиатекста как речевого произведения; идентифицировать объект (медиатекст), давать его описание, указывать на характерные свойства.</p> <p><b>Владеть:</b> специальной терминологией, усвоить соответствующие понятия и характеристики и овладеть навыками самостоятельного анализа медиатекста разных жанров.</p>
<p>ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом</p>	<p>ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда.</p> <p>ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями.</p> <p>ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.</p>	<p><b>Знать:</b> - принципы и приемы управления массовыми коммуникациями.</p> <p><b>Уметь:</b> - самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности; - выстраивать коммуникации с органами государственной власти.</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками применения технологий создания бренда.</p>
<p>ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p>ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p>	<p><b>Знать:</b> - специфику этапов подготовки и реализации рекламного проекта/текста; - виды и объём работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта; - специфику различных видов проектной документации, включая бриф, техническое задание, сценарий и монтажный план, и требований к их оформлению;</p>

		<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оптимально распределять виды и объёмы работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</li> <li>- на профессионально уровне разрабатывать концепцию рекламного продукта (на основе изучения запросов целевой аудитории и существенных свойств объекта рекламы грамотно и обоснованно формулировать идею, цели и задачи проекта;</li> <li>- критически оценивать результаты собственной работы;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с проектной документацией;</li> <li>- навыками работы со словом и образом;</li> <li>- навыками межличностного общения и культуры речи;</li> <li>- навыками работы в микрогруппе в процессе реализации творческого проекта.</li> </ul>
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы рекламы и связей с общественностью» представляет собой дисциплину обязательной части основной образовательной программы подготовки магистрантов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Коммуникации в политике и бизнесе»). Осваивается на 1 курсе.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
-------	--	---

1	История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	История развития PR: от работы с прессой к комплексным корпоративным коммуникациям. Появление PR в России: политический консалтинг. Современное состояние PR-отрасли: PR как одна из стратегических и управленческих практик компаний на высококонкурентных рынках. PR как составляющая маркетинговых коммуникаций. PR и корпоративная социальная ответственность. PR и новые медиа. Маркетинговый микс: PR и событийная коммуникация, PR и партизанский маркетинг, PR и реклама. Роль PR в управлении репутацией компанией.
2	Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций.	<p>Понятие PR как явления, лежащего на стыке нескольких предметных областей (теория массовых коммуникаций, менеджмент, маркетинг, психология, культурология и т.д.). Множество определений PR. Корректность русского варианта перевода «связи с общественностью». Модели PR-коммуникаций: односторонние (пропагандистская и информационная) и двухсторонние (асимметричная и симметричная). Ситуационность и актуальность их использования современными организациями. Функции PR: управленческая, коммуникационная, репутационная и др.</p> <p>PR в политической, коммерческой и социальной сфере. Основные критерии разграничения политического и бизнес-PR. PR на местном, региональном, федеральном и международном уровнях. Формирование имиджа различных субъектов: человека (персональный брендинг), организации, социальной группы, города (региона), страны. PR как организационная подсистема, PR-отдел в компании, его взаимодействие с другими подразделениями. Правовое регулирование PR-деятельности: основные законодательные акты, регламентирующие работу в сфере PR (авторское право, интеллектуальная собственность, закон о рекламе, о СМИ, защита чести и достоинства).</p>
3	Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка.	<p>PR в коммерческой организации. Место PR в структуре маркетинговых коммуникаций. Соотношение понятий «деловая репутация», «имидж», «бренд». Роль PR в репутационном менеджменте компании. Брендинг как комплексная деятельность по формированию целостного образа организации, ее торговых марок. PR и реклама: критерии разграничения и сближения (краткосрочность и долгосрочность; продажи и имидж; вербальность и визуальность и т.п.).</p> <p>Типы PR-стратегий в зависимости от стадии развития бизнеса и вида компании. Основные этапы разработки PR-стратегии. Аудит коммуникационной политики компании и проведение исследований общественного мнения. Применяемая методология: опросы лидеров мнений, контент-анализ материалов, выходящих в открытых источниках, маркетинговые исследования. Анализ полученных данных. Место PR-стратегии в общей бизнес-стратегии (формулировка миссии, задач, основных принципов работы компании). Разработка перечня ключевых сообщений. Определение целевых аудиторий, на которые направлена PR-деятельность, и основных инструментов построения коммуникаций с ними. Формирование долгосрочной PR-программы. Постоянный аудит деятельности и корректировка коммуникационной политики в ходе ее реализации.</p>

		Оценка эффективности как способ повышения результативности PR-деятельности. Ситуации, в которых это особенно актуально. Основные моменты, влияющие на успешность программ по оценке эффективности. Виды оценки: пошаговая и итоговая. Качественные и количественные методы. PR и продажи. Новые возможности оценки эффективности, обусловленные широким использованием новых технологий (Интернета). Субъективизм и реальная картина. Выбор оптимальной программы оценки эффективности.
4.	Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень.	Творческая концепция. Разрешение неразрешимых противоречий. Уровни воздействия рекламного продукта на сознание аудитории. Рекламная аргументация. Стратегия и творчество. Концепция РОИ. Творческое мышление. Творческая личность и творческие роли. Управление творческим процессом. Творческая стратегия: виды обращений, жесткая и мягкая продажи. Закономерности S-образного развития систем. Важнейшие следствия из этой закономерности. Решение нестандартной задачи, как разрешения противоречия – ключевой подход в создании эффективной творческой рекламы. Оценка эффективности творческого замысла. Закономерности восприятия аудитории. Выводы для нужд рекламы из закона Вебера-Фехнера о закономерности психофизиологии восприятия человека. Типовые композиции прямой рекламы. Эмоционально-смысловое ударение и каналы восприятия. Идеал ПР-акции (слабой, косвенной рекламы): доминанта, одинаковая для всех. Таблица эффективности рекламы по типовым целям и задачам: четыре уровня вовлеченности и действенности.
5	Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы.	Место media relations в общей PR-стратегии компании. Основные подходы и принципы при работе со СМИ. Разработка медиастратегии (цель, задачи, основные компоненты, программа реализации). Инструменты работы со СМИ: подготовка и рассылка пресс-релизов и других медиа-материалов; проведение пресс-мероприятий (типология); информационная и PR-поддержка проектов компании; совместные акции со СМИ; другие формы работы со СМИ. Новые медиа (интернет-порталы, блоги), использование их в PR-работе. Основные ошибки при выстраивании внешних коммуникаций. Организация работы современной пресс-службы. Оценка эффективности проводимых медиакампаний.
6	Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе.	PR и BTL, PR и событийный маркетинг. Виды коммуникации, особенности событийной коммуникации. Специальные мероприятия: промоакции; роад-шоу; деловые конференции, семинары; PR-акции; спонсорство. Основные этапы разработки и реализации событий. Ошибки при использовании событийной коммуникации. Методы оценки эффективности событий. Благотворительные и социальные проекты. Новые технологии в PR: партизанский (вирусный) маркетинг, мобильный маркетинг, блоггинг, Интернет-технологии.

7	Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования.	<p>Структура пиар-плана кампании. Ситуационный анализ. SWOT-анализ. Выбор стратегии кампании: цели, задачи, направление, позиционирование и бюджет. Тактический план кампании. Выбор маркетинговых коммуникаций. Творческая разработка темы. План средств размещения рекламы. Оценка ресурсов рекламной коммуникации: объект, имидж, рекламное средство и т. п. Средства прямой и косвенной рекламы. Проведение оценочных исследований. Система пилотных тестов: физиологические, кадровые, внутрирыночные. Тесты на запоминание и убедительность. Фазы рекламной кампании. Оценка эффективности рекламы и контроль за результатами. Обзор основных носителей. Ценообразование: тарифы и скидки. Социологические исследования. Основные понятие и критерии. Описание «мишени». Составление «мишени». Различные виды «мишени». Рейтинг и доля аудитории. Охват аудитории и частота восприятия. Стоимостные характеристики медиаплана.</p> <p>Методы создания оптимальных медиапланов. Исходные данные для медиапланирования. Разработка стратегии и тактики плана кампании. Программное обеспечение работы.</p> <p>Стоимостная оценка и контроль эффективности рекламной кампании.</p>
---	---	---

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1.* История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития
- Тема 2.* Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций
- Тема 3.* Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка
- Тема 4.* Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень
- Тема 5.* Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы
- Тема 6.* Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе
- Тема 7.* Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	Обсуждение основных тенденций эволюции феномена рекламы и PR. Практическое занятие организовано в группах

2	Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций	Опишите типовую организационную структуру службы по связям с общественностью и направления ее работы. Назовите принципы ее эффективной деятельности, принципы внутрикорпоративного менеджмента. Приведите примеры использования PR в различных видах организаций.
3	Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка	Практическое занятие организовано в виде работы в группах. Аудитория слушателей будет разделена на несколько команд. Студентам будет предложено несколько кейсов, на основе которых нужно будет продумать PR-стратегию. Результаты работы в группах учащиеся представят в ходе презентации. 1. Разработать PR-стратегию по схеме, предложенной преподавателем, на основе кейса, который получит каждая из групп: продумать ключевые сообщения; определить целевые аудитории; описать основные используемые инструменты. 2. Обсудить полученные результаты в группе и подготовить презентацию разработанной PR-стратегии. 3. Представить результаты работы в группе перед всей аудиторией слушателей. 4. Совместно обсудить представленный кейс (здать вопросы, отметить плюсы и минусы, высказать пожелания).
4	Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень	Назовите образцы наиболее успешного соответствия изображения и слогана в рекламе. Каким образом в них достигается оптимальное соотношение? Назовите три основных составляющих рекламного текста. Составьте пять примеров рекламных текстов.
5	Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы	Составьте перечень содержательных и организационных аспектов взаимодействия со СМИ. Перечислите методы и формы деятельности пресс-службы. Опишите специфику работы пресс-секретаря: профессиональные и этические критерии деятельности.
6	Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе	Назовите основные признаки и способы событийной коммуникации. Перечислите новые технологии в PR.
7	Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования	Назовите образцы наиболее успешного соответствия изображения и слогана в рекламе. Каким образом в них достигается оптимальное соотношение? Эссе – ответ на вопрос: Ф. Ницше считал, что любой «язык риторичен, ибо он стремится передать мнение, но не истину». Как можно применить это высказывание к особенностям рекламного языка? Эссе – ответ на вопрос: как Вы понимаете высказывание А. Кромптона: «Есть только одно правило при создании рекламных объявлений, оно гласит, что никаких правил создания рекламных объявлений нет».

Требования к самостоятельной работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины, выдаются на практических занятиях.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### Лекционные занятия

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.

### Практические и семинарские занятия

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, работа индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»
Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
		Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»
Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»
Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
		Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

*Образцы вопросов для подготовки к зачету:*

1. Public Relations: сущность, функции, институты.
2. Исторические типы связи госслужбы с общественностью.
3. Технологии коммуникации с населением
4. Организация и планирование деятельности служб по связям с общественностью.
5. PR-кампания: планирование, методы организации и проведение.
6. Public Relations и реклама.
7. Эффективность Public Relations в системе госслужбы.
8. Public Relations в политике.
9. Корпоративные отношения в структуре служб по связям с общественностью.
10. Управление кризисными ситуациями средствами PR.
11. Тенденция развития Public Relations в условиях общественной модернизации России.
12. Пресс-секретарь: профессиональные и этические критерии деятельности.
13. Методы и формы деятельности пресс-службы.
14. Использование социологических исследований в работе PR-служб. Контент-анализ прессы.
15. Зарубежный опыт деятельности служб по связям с общественностью.
16. Каковы основные различия информативной и суггестивной рекламы?
17. Как реализуются основные принципы организации коммуникативного события в рекламном дискурсе?
18. Выделите основные признаки символического высказывания в рекламном тексте.
19. Каковы механизмы связи означающего и означаемого в рекламном сообщении?
20. Назовите пять основных лингвистических процедур для дифференцирования одинаковых товаров (по схеме Д. Траута).
21. Охарактеризуйте 4 этапа пошаговой модели дифференцирования товаров.
22. Что роднит и что отличает рекламу от других видов мифологического высказывания?
23. Каковы особенности трех измерений семиозиса в рекламном тексте?
24. Что роднит и что отличает создателя рекламы от создателя художественного текста?
25. Назовите пять стадий риторического акта и их специфику в рекламном тексте.
26. Обозначьте основные сюжетные типы рекламного сообщения и их вариации.
27. Почему метафора и метонимия являются основными тропами в создании рекламного дискурса?
28. Приведите основные принципы стиля и их специфическую реализацию в рекламном тексте.
29. Каковы главные правила перевода рекламного текста на другой язык (по Бове–Аренсу)?
30. Каким образом принцип трех карт мира НЛП реализуется в разных типах рекламы?
31. Укажите специфику риторических законов в каждом выделенном Вами виде рекламы.

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

*Примерный перечень вопросов к экзамену:*

1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия "публик рилейшнз".
2. Имидж как явление массового сознания. Алгоритм формирования имиджа
3. Построение проекта PR-кампании.
4. PR-средства избирательной кампании
5. Направления воздействия PR на общественные отношения
6. Взаимосвязь и различия PR с рекламой, пропагандой и агитацией.
7. Предпосылки возникновения и этапы развития PR
8. Тенденции развития PR в XXI веке
9. История развития связей с общественностью в России
10. Этические нормы применения инструментов связей с общественностью. Свобода слова и PR.
11. Этапы планирования PR- деятельности
12. Понятие внешней среды. Методы исследования внешней среды организации
13. Методы исследования внутренней среды организации. Понятие организационной культуры
14. PR-стратегии реагирования
15. Понятие PR-обращения. Виды PR-обращений
16. Каналы PR-коммуникаций
17. Этапы управления информацией
18. PR как средство формирования общественного мнения в бизнесе.
19. Стратегическое управление PR в политике.
20. Реклама: проблема идентификации и определения.
21. Функции политической рекламы.
22. Особенности исторического развития рекламы в России.
23. Политическая коммуникация: сущность, функции, типология.
24. Интерактивный характер взаимодействия в современной рекламе.
25. Жанровое многообразие рекламы в СМИ.
26. Печатная реклама в СМИ.
27. Наружная реклама и транспортная реклама.
28. Современные рекламные технологии в политике (директ-мейл; партизанская реклама; кросс-реклама и др.).
29. Сущность манипулирования. Виды манипулятивных технологий.
30. Планирование рекламных кампаний.
31. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие.
32. Медиаплан и его составляющие.

#### **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на	отлично	зачтено	86-100

		основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

Качество изучения дисциплины контролируется, во-первых, на практических занятиях при заслушивании, обсуждении подготовленных студентами докладов и сообщений, при их выступлениях по обсуждаемым вопросам; во-вторых, тестированием по темам (разделам) дисциплины во время учебного семестра; в-третьих, на промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме письменного или устного экзамена по окончании изучения дисциплины. При подготовке к аттестации студенты могут получить необходимые консультации у преподавателя. Оценка «отлично» выставляется студенту, обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять практические задания, освоившему основную литературу и ознакомившемуся с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «5» («отлично») ставится студенту, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала. Оценка «хорошо» выставляется студенту, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешно выполнившему предусмотренные программой задачи, усвоившему основную рекомендованную литературу. Оценка «4» («хорошо») выставляется студенту, показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Оценка

«3» («удовлетворительно») выставляется студентам, допустившим неточности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка («неудовлетворительно») ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>. – Режим доступа: по подписке.

2. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> - Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Абельмас Н.В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз. Ростов н/Д.: Феникс, 2008.

2. Алексеева И.В. Пиар высокого полета. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.

3. Беленкова А.А. PRостой пиар. М.: НТ Пресс, 2009.

4. Березовая Л.Г. История мировой рекламы или старинные рецепты изготовления "бесплатного сыра". М., Издательство Ипполитова, 2008.

5. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб: Питер, 2001.

6. Бредемайер К. Правила риторики. Как не теряться во время выступления и быть убедительным. М., Альпина Бизнес Букс, 2008.

7. Брундтланд Г.Х. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. М.: Прогресс, 1989.

8. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций. М.: ГУ ВШЭ, 2013.

9. Герасимов В.Е. Экологический пиар: от теории к практике. М.: ИД «Городец», 2020.

10. Герасимов В.Е. Пиар компаний топливно-энергетической отрасли. М.: ИД «Городец», 2021.

11. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. 2-е издание. СПб.: Издательский дом «Нева», 2004.

12. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; Издательский Дом «Инфра-М», 2003.

13. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. М.: Фонд «Институт экономики города», 2003.

14. Каргалова М.В. Особенности социального измерения // Социальное партнерство. № 2, 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.oilru.com/sp/3/94/>.

15. Каргалова М.В. Гражданское общество и бизнес: взаимодействие и контроль. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.soc-eco.ru/docs/Kargalova\\_RT.doc](http://www.soc-eco.ru/docs/Kargalova_RT.doc).

16. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. М., СПб, Киев, Вильямс, 2008.

17. Козлов В.А. Корпоративная социальная политика // Демоскоп, №369-370, 16-29 марта 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://demoscope.ru/weekly/2009/0369/student03.php>.
18. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум. М., Академический Проект, 2008.
19. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. М., Академический Проект, 2008.
20. Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ // Менеджмент в России и за рубежом №3, 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/3/3735.html>.
21. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. и др. Теория и практика связей с общественностью. СПб.: Питер, 2006.
22. Лавров В., Кричевский Н. Что такое «социальные инвестиции»? // Агентство политических новостей. 16.02.2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.apn.ru/publications/article1776.htm>.
23. Ларионов Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности пиар. М.: АККОС, 2015.
24. Мамонтов А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 2.0. - М., СПб, Вершина, 2008.
25. Манипуляция собеседником. Защита от манипуляций // Шейнов В.П. Как управлять другими. Как управлять собой (Искусство менеджера). Минск: Амалфея, 1997.
26. Мединский В. Р. Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2010.
27. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера. СПб, Питер, 2008
28. Мирошниченко А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство.
29. Мирошниченко А.А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. М.: Медиалайн, 2012.
30. Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев, М. 2001.
31. Мясинник Н. От чего зависит устойчивое развитие корпорации // Социальное партнерство. №4, 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oilru.com/sp/17/734/>.
32. Панасюк А.Ю. как победить в споре, или искусство убеждать. М.: Олимп; ООО «Изд-во АСТ-ЛМТ», 1998.
33. Пиз А. Язык телодвижений. М.: Ай Кью, 1992.
34. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 2000.
35. Психологические основы деловой беседы // Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. М.: ИНФРА-М, 1995.
36. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М., 2002.
37. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М.: 2002.
38. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика. М., Аспект Пресс, 2008.
39. Татарина Г.Н. Управление общественными отношениями: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2004.
40. Тимофеев М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учеб.пособие. 4-е изд., М.: РИОР, 2010.
41. Тульчинский Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М.: Вершина, 2007.
42. Управление проектами. М.: РИПОЛ классик (издательство ООО), 2008.
43. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер, 2003.
44. Филатова О.Г., Летуновский В.П. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие, СПб.: Роза мира, 2010.
45. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью. – М.: Вшее образование, Юрайт-Издат, 2009.
46. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. М.: Дашков и Ко, 2015.

47. Шола Т.С. Публичная память в обществе, которое предали. Заметки лектора. Калининград, 2021.

48. Шумович А.В., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

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

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

