

**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

«Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций»

Шифр: 42.04.01

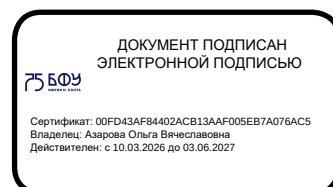
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026



Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., доцент.

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Административно-правовое регулирование сферы 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: «Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций»

Цель и задачи освоения дисциплины – формирование у обучающихся системных знаний об административно-правовых механизмах регулирования коммуникационной деятельности в РФ, развитие навыков правового анализа ситуаций в сфере рекламы, пиар, цифровых платформ и массовых коммуникаций, а также умение применять нормы административного права для минимизации правовых рисков в 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
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikationных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Анализирует тенденции развития медиакommunikationных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях исходя из экономических и политических механизмов их функционирования. ОПК-5.2 Учитывает данные анализа тенденций развития медиакommunikationных систем региона, страны в профессиональной деятельности.	Знать: – Систему источников административного права в сфере коммуникаций (КоАП РФ, ФЗ «О рекламе», ФЗ «Об информации...», ФЗ «О персональных данных» и подзаконные акты). – Полномочия контролирующих органов (ФАС, Роскомнадзор) и процедуру административного расследования. – Виды административной ответственности за нарушения в сфере рекламы, распространения информации и защиты данных. Уметь: – Квалифицировать действия субъектов коммуникационного рынка на предмет наличия состава административного правонарушения. – Анализировать судебную и административную практику по делам о нарушениях в сфере коммуникаций. – Разрабатывать алгоритмы действий коммуникактора при проведении проверок контролирующими органами. Владеть: – Навыками правового аудита коммуникационных кампаний на соответствие административным нормам. – Техниками составления жалоб, возражений на постановления по делам об административных правонарушениях. – Методами оценки правовых рисков при использовании цифровых платформ и работе с персональными данными.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций» является частью основной образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.04.02 «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), 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	Теоретико-правовые основы административного регулирования коммуникаций	Понятие и принципы административно-правового регулирования. Субъекты и объекты регулирования. Система законодательства РФ в сфере коммуникаций. Роль Конституции РФ и международных договоров.
2	Государственное управление и контроль в сфере коммуникаций	Статус и полномочия Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) как регулятор рекламного рынка. Роскомнадзор: функции надзора в сфере СМИ, интернета и персональных данных. Процедуры лицензирования и регистрации.
3	Административно-правовое регулирование рекламной деятельности	Требования ФЗ «О рекламе»: общие и специальные требования. Понятие недобросовестной и недостоверной рекламы. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Практика ФАС по рассмотрению дел. Особенности регулирования цифровой и таргетированной рекламы.
4	Регулирование распространения информации и защита персональных данных	Правовой статус информационных ресурсов, сайтов и социальных сетей. Обязанности организаторов распространения информации. Законодательство о персональных данных: требования к операторам. Административная ответственность за нарушения в области защиты персональных данных. Трансграничная передача данных.
5	Ответственность за правонарушения в сфере массовых коммуникаций и	Регулирование деятельности «иностранных агентов». Борьба с фейковыми новостями и дискредитацией (административный аспект). Блокировка контента: основания и процедура. Ответственность владельцев Telegram-каналов и блогеров.

6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика *лекционных* занятий:

1. Система административно-правовых норм в коммуникациях: современное состояние и тенденции развития (2024–2026 гг.).
2. Контрольно-надзорная деятельность в сфере медиа и рекламы: новые форматы проверок (риск-ориентированный подход).
3. Актуальные проблемы квалификации правонарушений в цифровой среде.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1. Кейс-стади: Анализ предписаний ФАС России по делам о нарушении закона о рекламе (разбор реальных кейсов 2025–2026 гг.).
2. Деловая игра: «Проверка Роскомнадзора». Моделирование ситуации внеплановой проверки сайта компании на соответствие требованиями законодательства и правилам маркировки рекламы.
3. Семинар-дискуссия: Административная ответственность блогеров и инфлюенсеров: границы дозволенного.
4. Практикум: Составление возражений на постановление по делу об административном правонарушении.

Требования к *самостоятельной* работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины выдаются на практических занятиях.

Мониторинг изменений в КоАП РФ и ФЗ «О рекламе» за последний год.

Подготовка аналитической справки.

Изучение методических рекомендаций ФАС и Роскомнадзора, размещенных на официальных сайтах ведомств.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические 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 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, 2	ОПК-5	Тестирование по основам административного права; Устный опрос на семинаре.
Тема 3	ОПК-5	Решение ситуационных задач (кейсы ФАС); Анализ рекламного макета на предмет нарушений.
Тема 4, 5	ОПК-5	Подготовка проекта жалобы в вышестоящий орган; Эссе на тему «Риски работы с персональными данными».

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

1. Какой федеральный орган исполнительной власти осуществляет функции по контролю и надзору в сфере массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, включая контроль за соблюдением законодательства о персональных данных?

- а) Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)
- б) Роскомнадзор
- в) Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ
- г) Прокуратура РФ

Правильный ответ: б

2. Какая статья КоАП РФ предусматривает административную ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе?

- а) Статья 13.11
- б) Статья 14.3
- в) Статья 19.7
- г) Статья 5.61

Правильный ответ: б

3. С какого момента интернет-реклама считается маркированной в соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе»?

- а) С момента публикации поста в социальной сети
- б) С момента получения токена в Едином реестре интернет-рекламы (ЕРИР) и указания его в рекламном материале
- в) С момента оплаты рекламных услуг
- г) С момента согласования макета с заказчиком

Правильный ответ: б

4. Кто обязан передавать сведения о договорах на размещение рекламы и статистические показатели в ЕРИР?

- а) Только рекламодатели
- б) Только владельцы рекламных площадок
- в) Рекламодатели, рекламораспространители и владельцы рекламных площадок (в рамках своих полномочий)
- г) Только операторы рекламных данных

Правильный ответ: в

5. Каков максимальный размер административного штрафа за нарушение порядка сбора, хранения, использования или распространения персональных данных (ч. 1 ст. 13.11 КоАП РФ) для должностных лиц?

- а) От 1 000 до 3 000 рублей
- б) От 10 000 до 20 000 рублей
- в) От 50 000 до 100 000 рублей
- г) Предупреждение

Правильный ответ: б (Примечание: размеры штрафов могут индексироваться, в задании подразумевается базовая санкция ч.1 ст.13.11).

6. Установите правильную хронологическую последовательность этапов привлечения к административной ответственности за нарушение закона о рекламе:

Вынесение постановления по делу об административном правонарушении

Возбуждение дела об административном правонарушении

Административное расследование (сбор доказательств)

Составление протокола об административном правонарушении

Правильная последовательность: 2 – 3 – 4 – 1

7. Установите последовательность действий организатора распространения информации (ОРИ) при получении требования Роскомнадзора о блокировке доступа к противоправному контенту:

Ограничение доступа к соответствующему информационному ресурсу

Получение уведомления от Роскомнадзора

Информирование пользователя, разместившего информацию

Направление уведомления об исполнении требования в Роскомнадзор

Правильная последовательность: 2 – 3 – 1 – 4

8. Установите последовательность процесса маркировки интернет-рекламы:

Размещение рекламы с указанием токена и сведений о рекламодателе

Регистрация рекламодателя/рекламораспространителя в кабинете оператора рекламных данных

Передача статистических показателей (актов) оператору рекламных данных

Подача креатива (баннера/текста) для получения токена

Правильная последовательность: 2 – 4 – 1 – 3

10. Установите последовательность рассмотрения жалобы на действия должностного лица контролирующего органа:

Принятие решения по жалобе

Подача жалобы в вышестоящий орган или суд

Регистрация жалобы

Истребование материалов проверки

Правильная последовательность: 2 – 3 – 4 – 1

11. Установите соответствие между контролирующим органом и его основной функцией в сфере коммуникаций:

А) ФАС России

1) Надзор за соблюдением законодательства о персональных данных и блокировка сайтов

Б) Роскомнадзор

2) Контроль за соблюдением антимонопольного законодательства и закона о рекламе (в части недобросовестной конкуренции)

В) Минцифры России

3) Выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере IT и связи

Правильный ответ: А-2, Б-1, В-3

12. Установите соответствие между субъектом рекламного рынка и его определением (согласно ФЗ «О рекламе»):

А) Рекламодатель

1) Лицо, осуществляющее размещение рекламы посредством заключения договоров

Б) Рекламораспространитель

2) Лицо, являющееся источником рекламной информации и определяющее содержание рекламы

В) Оператор рекламных данных

3) Лицо, осуществляющее ведение Единого реестра интернет-рекламы

Правильный ответ: А-2, Б-1, В-3

13. Установите соответствие между термином и его характеристикой:

А) Токен

1) Уникальный идентификатор рекламного материала, присваиваемый в ЕРИР

Б) Нативная реклама

2) Реклама, органично встроенная в контент, не имеющая явных признаков рекламного сообщения без маркировки

В) Скрытая реклама

3) Реклама, оказывающая неосознаваемое воздействие, запрещенная законом

Правильный ответ: А-1, Б-2, В-3

14. Установите соответствие между видом ответственности и ее мерой:

А) Административная

1) Штраф, дисквалификация

Б) Гражданско-правовая

2) Возмещение убытков, компенсация морального вреда

В) Дисциплинарная

3) Замечание, выговор, увольнение

Правильный ответ: А-1, Б-2, В-3

15. Дайте определение понятию «Реклама» согласно Федеральному закону «О рекламе».

Эталон ответа: Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

16. Дайте определение понятию «Персональные данные» согласно Федеральному закону № 152-ФЗ.

Эталон ответа: Любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

17. Дайте определение понятию «Административное правонарушение» согласно КоАП РФ.

Эталон ответа: Противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

18. Дайте определение понятию «Организатор распространения информации (ОРИ)».

Эталон ответа: Лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению возможности обмена электронными сообщениями между пользователями информационной системы (владелец сайта, страницы в соцсети, мессенджера и т.д.), включенное в соответствующий реестр Роскомнадзора.

19. Дайте определение понятию «Маркировка интернет-рекламы».

Эталон ответа: Процесс идентификации рекламного материала путем присвоения ему уникального токена в Едином реестре интернет-рекламы и обязательного указания сведений о рекламодателе и токене в самом рекламном материале.

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие и система источников административного права в сфере коммуникаций в РФ.
2. Полномочия ФАС России в сфере контроля за соблюдением законодательства о рекламе.
3. Состав административного правонарушения по ст. 14.3 КоАП РФ: субъект, объективная сторона, санкции.
4. Административная ответственность за нарушения требований к защите персональных данных.
5. Правовой режим маркировки интернет-рекламы: требования законодательства и практика применения в 2024–2026 гг.
6. Порядок обжалования постановлений по делам об административных правонарушениях в сфере коммуникаций.
7. Административно-правовые меры воздействия на распространителей недостоверной общественно значимой информации.
8. Особенности административной ответственности юридических лиц, должностных лиц и индивидуальных предпринимателей в медиасфере.

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

Основная литература

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных».

Административное право России: Учебник для вузов / Под ред. Л.Л. Попова. – М.: Проспект, 2025.

Дополнительная литература

1. Братановский, С. Н. Административное право России : учебник / С.Н. Братановский, Ю.В. Капитанец, В.В. Соцков. — 4-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.29039/03001-1>. - ISBN 978-5-369-03001-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2237118>. — 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Лань»
- ЭБС «Айбукс»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)
- Сайт Федеральной антимонопольной службы (<https://fas.gov.ru>) – раздел «Реклама».
- Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (<https://rkn.gov.ru>).
- СПС «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>).
- СПС «Гарант» (<http://www.garant.ru>).
- Реестр операторов интернет-рекламы (ЕРИР).

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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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 коммуникаций и креативных индустрий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Бренд-менеджмент»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: кандидат исторических наук, доцент Андрей Алексеевич Мышанский

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Бренд-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. 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: «Бренд-менеджмент»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся понимания особенностей разработки и продвижения торговой марки на основе внедрения в сознание потребителей позиционирования и элементов системы образа бренда.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие понимания студентами сущности торговой марки (бренда) на основе изучения свойств товарной категории, которой соответствует торговая марка;
- формирование умения анализировать свойства товарных знаков, соответствующих торговой марке;
- выработка навыков определения марочных ассоциаций и разработки комплекса марочных ассоциаций для формирования марочной позиции и обещания бренда.

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.	Знать: • Современные концепции и модели • Технологии нейминга, позиционирования и дифференциации бренда • Этапы создания бренда: от разработки атрибутов до вывода на рынок • Методы исследования восприятия бренда целевой аудиторией • Правовые основы защиты бренда и регистрации товарных знаков в РФ. Уметь: • Разрабатывать стратегию создания бренда для политических и бизнес-проектов • Проводить аудит существующих брендов и выявлять точки роста • Применять инструменты визуальной и вербальной идентичности бренда • Оценивать капитал бренда и эффективность бренд-коммуникаций • Адаптировать бренд-стратегии под специфику политического и корпоративного контекста.

		Владеть: • Навыками разработки бренд-платформы и бренд-бука • Методиками проведения бренд-исследований и интерпретации результатов • Технологиями ребрендинга и управления жизненным циклом бренда • Инструментами цифрового бренд-менеджмента (SMM, контент-стратегии) • Практиками защиты бренда от копирования и недобросовестной конкуренции

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-менеджмент» входит в основную часть теоретического блока дисциплин подготовки студентов направления 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), 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 244 часа, объем самостоятельной работы 320 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, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и практические занятия. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Историческое развитие взглядов на продвижение товаров и торговых марок. Товарные знаки: словесные, изобразительные, объемные, звуковые, динамические. Марочные ассоциации, связанные с товарной категорией (стержневые,

		основные, ожидаемые, дополнительные, потенциальные). Торговая марка как комплекс марочных ассоциаций, свойства торговой марки, капитализация торговой марки, стоимость торговой марки.
2	Тема 2. Позиционирование торговой марки	Основные тезисы теории позиционирования торговой марки. Основные задачи позиционирования. Позиция торговой марки. D&P-анализ как метод изучения целевой аудитории для разработки позиционирования торговой марки. Способ разработки позиционирования торговой марки. Системы способов разработки позиционирования. Основные требования к выбору позиции торговой марки. Основные ошибки позиционирования. Ценовое позиционирование. Использование КФУ для разработки позиционирования торговой марки. Критерии выбора позиционирования торговой марки из нескольких возможных вариантов. Трансляция позиционирования торговой марки. Убеждающие и информирующие доказательства позиционирования торговой марки. Использование стереотипов в разработке позиционирования торговой марки. Эмоционирование торговой марки. Позиционирование в современных российских рыночных отношениях. Презентация разработки позиционирования на примере реальных разработок для российских и зарубежных торговых марок. Позиционирование широко известных торговых марок. Разработка позиционирования торговой марки продукции. Разработка позиционирования торговой марки слуги.
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	Словесный товарный знак как транслятор позиционирования торговой марки. Обязательные требования к разработке словесного товарного знака. Желаемые требования к разработке словесного товарного знака. Основные ошибки при разработке словесного товарного знака. Алгоритм разработки словесного товарного знака. Сущность и понятие термина «by-line торговой марки». Методы разработки словесного товарного знака. Презентация разработки словесного товарного знака на примере реальных разработок для российских торговых марок. Разработка словесного товарного знака торговой марки продукции. Разработка словесного товарного знака торговой марки услуги.
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	Бренд как «сильная» торговая марка. Характеристики «сильной» торговой марки (бренда). Брендинг как следствие становления общества потребления. Основные преимущества бренда. Сущность и основная задача брендинга. Сущность

		понятия «лояльный потребитель». Брендинг как один из инструментов маркетинга. Две культуры брендинга. Терминология брендинга. Образ бренда. Имидж бренда. Основные принципы систематизации марочных ассоциаций. Система образа бренда. Ассоциативная платформа бренда товара. Ассоциативная платформа бренда услуги. Ассоциативные платформы широко известных брендов.
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	«Комплексный образ бренда» как технология разработки целостного образа бренда для внедрения его в сознание потребителей. Основные принципы разработки образа бренда. Презентация разработки образа бренда на примере реальных разработок для новосибирских торговых марок. Типы сегментирования рынка, целевая аудитория бренда. Портрет типичного потребителя. Миссия бренда. Обещание бренда и «Картинка обещания бренда». Физические атрибуты бренда (товарные границы бренда). Рациональные выгоды бренда. Эмоциональные выгоды бренда. Портрет бренда как личности. Взаимоотношения типичного потребителя и бренда. Комплекс идентификаторов бренда. Бренд как символ. Бренд как организация. Легенда бренда. Разработка комплексного образа бренда продукции. Разработка комплексного образа бренда услуги.

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):

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Презентация «Марочные ассоциации» Определить стержневые, основные, ожидаемые, дополнительные и потенциальные марочные ассоциации в двух выбранных товарных категориях (продукция и услуга). Определить набор марочных ассоциаций с разделением на ассоциации с товарной категорией, ассоциации с торговой маркой и личные ассоциации. Определить набор марочных ассоциаций, связанных с очень известной торговой маркой продукции и известной торговой маркой услуги.
2	Тема 2. Позиционирование	Презентация «Позиционирование торговой мар-

	торговой марки	ки». Разработать варианты позиционирования торговой марки продукции и торговой марки услуги. Один вариант позиционирования торговой марки продукции и один вариант позиционирования торговой марки услуги прописать по схеме описания позиционирования. Выбрать 2 известные торговые марки продукции и 2 известные торговые марки услуги и описать их позиционирование. Разработать информирующие и убеждающие доказательства основного варианта позиционирования торговой марки продукции и торговой марки услуги. Разработать эмоциональное позиционирование торговой марки продукции и торговой марки услуги.
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	Презентация «Нейминг» Разработать наименование торговой марки продукции и наименование торговой марки услуги с трансляцией основного варианта позиционирования.
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	Презентация «Ассоциативная платформа» Разработать ассоциативную платформу бренда продукции и бренда услуги.
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	Презентация «Система образа бренда» Разработать идентификационный комплекс бренда продукции и бренда услуги. Разработать комплексный образ бренда продукции и бренда услуги.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Анализ товарных знаков: словесных, изобразительных, объемных, звуковых, динамических (на примерах наиболее успешных брендов). Выявление различных видов марочных ассоциаций, связанных с конкретной торговой маркой. Рассмотрение комплекса марочных ассоциаций как единого целого в сознании потребителя (на примерах наиболее успешных торговых марок). Представление и защита презентаций по теме.
2	Тема 2. Позиционирование торговой марки	Анализ существующей позиции торговой марки. Разбор основных требований к выбору позиции торговой марки. Определение критериев выбора позиционирования торговой марки из нескольких возможных вариантов. Рассмотрение примеров использования стереотипов мышления в разработке позиционирования торговой марки. Презентация разработки позиционирования на

		примере реальных разработок для российских и зарубежных торговых марок. Представление и защита презентаций по теме.
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	Рассмотрение обязательных и желательных требований к разработке словесного товарного знака на примерах. Анализ основных ошибок при разработке словесного товарного знака. Разбор сущности и понятия термина «by-line торговой марки». Освоение алгоритма разработки словесного товарного знака. Представление и защита презентаций по теме.
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	Анализ понятия бренда. Рассмотрение характеристик бренда. Понимание и использование брендинга как одного из инструментов маркетинга. Формирование имиджа бренда. Рассмотрение основных принципов систематизации марочных ассоциаций. Ассоциативная платформа бренда. Представление и защита презентаций по теме.
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	Типы сегментирования рынка, определение целевой аудитории бренда. Построение портрета потребителя. Понимание миссии бренда. Значимость обещания бренда, построение «картинки обещания бренда». Восприятие бренда потребителем. Выгоды бренда: рациональные и эмоциональные. Взаимоотношения типичного потребителя и бренда. Рассмотрение комплекса идентификаторов бренда, анализ на примере существующих брендов. Выстраивание системы образа бренда. Представление и защита презентаций по теме.

Требования к самостоятельной работе студентов

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Наименование темы, в соответствии с тематическим планом	Наименование темы (задания) для самостоятельной работы
Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Презентация «Марочные ассоциации»
Тема 2. Позиционирование торговой марки	Презентация «Позиционирование торговой марки»
Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	Презентация «Нейминг»
Тема 4. Терминологические основы брендинга	Презентация «Ассоциативная платформа»
Тема 5. Технология разработки системы	Презентация «Система образа бренда»

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.

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 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. Торговая марка: сущность и основные понятия	ПК-3	Презентация
Тема 2. Позиционирование торговой марки	ПК-3	Презентация
Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	ПК-3	Презентация
Тема 4. Терминологические основы брендинга	ПК-3	Презентация
Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	ПК-3	Презентация

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

Подготовка презентаций на темы:

Презентация «Марочные ассоциации»

Презентация «Позиционирование торговой марки»

Презентация «Нейминг»

Презентация «Ассоциативная платформа»

Презентация «Система образа бренда».

Тестовые для текущего контроля:

1. Какой элемент НЕ входит в классическую модель капитала бренда Д. Аакера?

- а) Осведомленность о бренде
- б) Воспринимаемое качество
- в) Цена продукта
- г) Лояльность потребителей

Правильный ответ: в)

2. Какой метод исследования наиболее эффективен для изучения эмоционального восприятия бренда?

- а) Опрос с закрытыми вопросами
- б) Психосемантический дифференциал
- в) Анализ статистики продаж
- г) А/В-тестирование сайта

Правильный ответ: б)

3. Что из перечисленного является основной целью политического брендинга?

- а) Увеличение прибыли

- б) Формирование доверия и лояльности электората
- в) Снижение затрат на кампанию
- г) Расширение географии присутствия

Правильный ответ: б)

4. Какой документ фиксирует правила использования визуальной идентичности бренда?

- а) Бренд-платформа
- б) Коммуникационный план
- в) Бренд-бук (гайдлайн)
- г) Отчет об исследовании

Правильный ответ: в)

5. Установите правильную последовательность этапов создания бренда:

- а) Разработка визуальной идентичности
- б) Исследование рынка и аудитории
- в) Позиционирование и УТП
- г) Разработка бренд-платформы
- д) Тестирование и запуск

Правильная последовательность: б → г → в → а → д

6. Расположите этапы ребрендинга в логическом порядке:

- а) Коммуникация изменений аудитории
- б) Аудит текущего бренда
- в) Разработка новой идентичности
- г) Принятие стратегического решения
- д) Внедрение и мониторинг

Правильная последовательность: б → г → в → а → д

7. Установите последовательность действий при регистрации товарного знака в РФ:

- а) Подача заявки в ФИПС
- б) Проверка на уникальность
- в) Получение свидетельства
- г) Классификация по МКТУ
- д) Экспертиза заявки

Правильная последовательность: б → г → а → д → в

8. Расположите компоненты бренд-платформы от стратегического к тактическому:

- а) Слоган
- б) Миссия бренда

в) Ценности

г) Архетип

д) УТП

Правильная последовательность: б → в → г → д → а

9. Установите порядок оценки эффективности бренд-коммуникаций:

а) Сбор данных (метрики)

б) Определение KPI

в) Корректировка стратегии

г) Анализ результатов

д) Постановка целей

Правильная последовательность: д → б → а → г → в

10. Соотнесите понятия и определения:

1. Бренд

2. Бренд-капитал

3. Ребрендинг

4. Нейминг

5. Позиционирование

А) Совокупность активов, увеличивающих ценность продукта

Б) Знак, отличающий товары одного производителя от других

В) Процесс обновления бренда для соответствия новым условиям

Д) Формирование уникального места бренда в сознании аудитории

Г) Технология разработки названия бренда

Правильные соответствия: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г, 5-Д

11. Соотнесите методы исследования брендов и их характеристики:

1. Фокус-группа

2. Глубинное интервью

3. Опрос

4. Психосемантический дифференциал

5. А/В-тестирование

А) Количественный метод, массовый опрос

Б) Качественный метод, групповая дискуссия

В) Измерение ассоциаций по биполярным шкалам

Г) Качественный метод, индивидуальная беседа

Д) Сравнение двух версий для выбора оптимальной

Правильные соответствия: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В, 5-Д

12. Соотнесите этапы жизненного цикла бренда и задачи управления:

1. Запуск

2. Рост

3. Зрелость

4. Спад

А) Поддержание лояльности, расширение линейки

Б) Формирование осведомленности, пробные покупки

В) Ребрендинг или вывод с рынка

Г) Ускорение принятия, дифференциация от конкурентов

Правильные соответствия: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В

13. Соотнесите инструменты цифрового бренд-менеджмента и их функции:

1. Контент-маркетинг

2. SMM

3. SEO

4. Influencer-маркетинг

5. Email-маркетинг

А) Привлечение трафика через поисковые системы

Б) Формирование экспертного статуса через полезный контент

В) Управление репутацией в социальных сетях

Г) Продвижение через лидеров мнений

Д) Удержание аудитории и повышение LTV

Правильные соответствия: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г, 5-Д

14. Дайте определение понятию «бренд-платформа»

Ожидаемый ответ: Бренд-платформа — это стратегический документ, фиксирующий сущность бренда: его миссию, видение, ценности, целевую аудиторию, УТП, архетип и ключевые сообщения, служащий основой для всех коммуникаций

15. Что такое «бренд-капитал»?

Ожидаемый ответ: Бренд-капитал — это совокупность активов и пассивов, связанных с брендом, его названием и символом, которые увеличивают или уменьшают ценность продукта/услуги для компании и/или потребителей

16. Определите понятие «ребрендинг»

Ожидаемый ответ: Ребрендинг — это стратегический процесс обновления бренда (его идентичности, позиционирования, коммуникаций) с целью адаптации к изменениям рынка, аудитории или внутренней трансформации компании

17. Что подразумевается под «вербальной идентичностью бренда»?

Ожидаемый ответ: Вербальная идентичность — это система языковых средств бренда: название, слоган, тональность коммуникации (Tone of Voice), ключевые сообщения, терминология, обеспечивающие узнаваемость и единство образа

18. Дайте определение «политическому брендингу»

Ожидаемый ответ: Политический брендинг — это технология формирования устойчивого позитивного образа политического субъекта (партии, кандидата, инициативы) в сознании электората через управление коммуникациями, ценностями и эмоциональными ассоциациями.

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к экзамену

1. Товарные знаки: словесные, изобразительные, объемные, звуковые, динамические.
2. Марочные ассоциации, связанные с товарной категорией (стержневые, основные, ожидаемые, дополнительные, потенциальные).
3. Торговая марка как комплекс марочных ассоциаций, свойства торговой марки, капитализация торговой марки, стоимость торговой марки.
4. Основные тезисы теории позиционирования торговой марки.
5. Основные задачи позиционирования.
6. Анализ позиции торговой марки.
7. Системы способов разработки позиционирования.
8. Основные ошибки позиционирования.
9. Критерии выбора позиционирования торговой марки из нескольких возможных вариантов.
10. Трансляция позиционирования торговой марки.
11. Словесный товарный знак как транслятор позиционирования торговой марки.
12. Требования к разработке словесного товарного знака.
13. Методы разработки словесного товарного знака.
14. Бренд как «сильная» торговая марка.
15. Сущность и основная задача брендинга.
16. Брендинг как один из инструментов маркетинга.
17. Основные принципы систематизации марочных ассоциаций.
18. Система образа бренда.
19. Ассоциативная платформа бренда.
20. «Комплексный образ бренда».
21. Основные принципы разработки образа бренда.
22. Обещание бренда и «Картинка обещания бренда».
23. Физические атрибуты бренда (товарные границы бренда).
24. Выгоды бренда: рациональные и эмоциональные.
25. Комплекс идентификаторов бренда.

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 низсостоящий 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 низсостоящий 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. Эскиев, М. А. Бренд-менеджмент : учебное пособие / М. А. Эскиев. — Грозный : ЧГУ им. А.А. Кадырова, 2024. — 110 с. — ISBN 978-5-91127-409-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/461549> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 176 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/21301>. - ISBN 978-5-369-01614-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172559>. — Режим доступа: по подписке.

3. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179104>. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2206796>. — Режим доступа: по подписке.
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>. — Режим доступа: по подписке.
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>. — 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Видеопродакшн в профессиональной деятельности»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Видеопродакшн 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: «Видеопродакшн в профессиональной деятельности».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы, развить базовые умения и усовершенствовать полученные ранее навыки создания видеопродукта с помощью метода погружения в производственный процесс, а также продвижение этого проекта на рынке.

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-5 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний	ПК-5.1 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов	Знать: - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеoinформации; - основы современных технологий производства видеопродукта; - специфику работы на съёмочной и монтажной аппаратуре и требования техники безопасности при её эксплуатации; Уметь: - самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование. Владеть: - методами использования видеотехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Видеопродакшн в профессиональной деятельности» входит в вариативную часть теоретического блока дисциплин подготовки студентов направления 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 (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: практические занятия и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Творческий проект: этапы построения	Представление и обсуждение результатов поискового этапа разработки творческого проекта: 1) формулирование и обсуждение замысла с творческим коллективом; 2) характеристика рынка и ниши для реализации замысла; 3) портретирование целевой аудитории; 4) характеристика конкурентной среды, обоснование сильных и слабых сторон конкурентов; 5) формулирование и обоснование уникальных признаков собственного замысла; 6) характеристика потенциальных заказчиков. Подведение итогов работы.
2	Концепция проекта	Представление и обсуждение результатов подготовительного (концептуального) этапа разработки творческого проекта: 1) формулирование идеи, цели и задач проекта; 2) характеристика атрибутов (свойств, сущностных признаков) объекта проекта; 3) обоснование выбора и характеристика жанра; 4) характеристика концептуальных единиц содержания видеопrodukта (что должно быть прочитано, услышано, увидено целевой аудиторией); 5) обоснование выбора и характеристика наиболее органичных форм (техники, технологии и средств) визуализации / репрезентации выделенных единиц содержания;

		6) характеристика технического задания; 7) обоснование содержания сценария и монтажного плана; 8) характеристика общего плана работ.
3	Технология создания проекта	1) написание и корректировка текстовых компонентов; 2) съёмка визуальных компонентов; 3) запись аудиальных компонентов; 4) монтаж видео- и аудиоряда.
4	Корректировочный этап проекта	1) проведение критического анализа созданного продукта творческим коллективом, выявление достоинств и недостатков; 2) проведение фокус-группы для выявления достоинств и недостатков продукта на основе его восприятия целевой аудиторией; 3) устранение недостатков.
5	Завершающий этап создания проекта	1) демонстрация разработанных продуктов; 2) защита творческих проектов.
6	Этап презентации и продажи проекта заказчику	1) алгоритмы взаимодействия с заказчиками; 2) вариации корректировки проекта.

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: Творческий проект: этапы построения

Тема 2: Концепция проекта

Тема 3: Технология создания проекта

Тема 4: Корректировочный этап проекта

Тема 5: Завершающий этап проекта

Тема 6. Этап презентации и продажи проекта

Требования к самостоятельной работе студентов

Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по следующим темам: Понятие фандрайзинга. Природа

фандрайзинга. Привлечение ресурсов в науке. Фандрайзинг как фактор развития некоммерческого сектора. Три сектора общественной жизни. Виды программ регионального развития. Целевая аудитория. Особенности работы грантодающих организаций. Конкурсы научных проектов. Фандрайзер: специфика профессии. Вопросы репутации в фандрайзинге.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

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.

Вопросы для самоподготовки:

1. Почему поисковый этап необходим для качественной разработки будущего проекта? Охарактеризуйте поисковый этап разработки своего проекта.
2. Какие виды работ нужно выполнить на этапе подготовительной разработки проекта? Почему они важны? Охарактеризуйте подготовительный (концептуальный) этап разработки своего проекта.
3. С какими трудностями Вы столкнулись в процессе производства продукта? Какие шаги предприняли для их преодоления? Какой опыт извлекли?
4. Насколько готовый продукт, разработанный Вами, отличается от представленного в концепции? По каким причинам не удалось воплотить задуманное?
5. Охарактеризуйте специфику разработки текстовой части проекта. Приведите примеры.
6. Охарактеризуйте специфику разработки визуальной части проекта. Приведите примеры.
7. Охарактеризуйте специфику разработки аудиальной части проекта. Приведите примеры.
8. Охарактеризуйте специфику подготовки и проведения фокусированного интервью ЦА. Приведите примеры.
9. Какие изменения Вы внесли в проект после обработки результатов фокусированного интервью ЦА? Корректировка улучшила или ухудшила готовый продукт? Почему?
10. Какие техники и технологии Вы освоили в процессе создания проекта? Что не удалось освоить? Почему? Над чем будете работать в дальнейшем?

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: Творческий проект: этапы построения	ПК-5	Презентации, опрос
Тема 2: Концепция проекта		Презентации, опрос
Тема 3: Технология создания проекта		Презентации, опрос
Тема 4: Корректировочный этап проекта		Презентации, опрос
Тема 5: Завершающий этап проекта		Презентации, опрос
Тема 6. Этап презентации и продажи проекта		Презентация, дискуссия

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

№	Критерий	Содержание	Балл
1	Глубина и обоснованность идеи проекта	1) идея сформулирована ясно, чётко, лаконично; 2) идея имеет глубокую смысловую нагрузку; 3) идея обоснована результатами анализа рынка, конкурентной среды и запросов ЦА; 4) идея уникальна	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или идея отсутствует	0
2	Полнота и глубина портретирования ЦА	1) представлен полный ряд количественных характеристик ЦА; 2) представлен полный ряд качественных характеристик ЦА; 3) приведены адекватные и глубокие выводы, учитывающие характеристики ЦА, существенные для реализации идеи	2
		нарушено или не выполнено 1 требование из 3-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 2 требования из 3-х, представленных выше; или портрет ЦА не представлен	0

3	Корректность формулировки цели проекта	1) цель сформулирована корректно, ясно, чётко, лаконично; 2) цель обоснована результатами предыдущих исследований (критерии 1, 2); 3) цель вытекает из результатов предыдущих исследований (критерии 1, 2); 4) цель реалистична	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или цель не сформулирована	0
4	Корректность формулировок и полнота перечня задач	1) задачи сформулированы корректно, ясно, чётко, лаконично; 2) задачи обоснованы результатами предыдущих исследований и поставленной целью (критерии 1, 2, 3); 3) задачи вытекают из результатов предыдущих исследований и из формулировки поставленной цели (критерии 1, 2, 3); 4) задачи реалистичны и охватывают все этапы достижения цели	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или задачи не сформулированы	0
5	Полнота и глубина характеристики атрибутов объекта рекламы / ПР	1) выявлена и чётко сформулирована глубинная суть объекта; 2) представлены все существенные признаки (стороны, свойства, качества) объекта; 3) представлен корректный ассоциативный ряд, основанный на выявленных свойствах объекта	2
		нарушено или не выполнено 1 требование из 3-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 2 требования из 3-х, представленных выше; или характеристика объекта не представлена	0
6	Обоснованность выбора жанра	1) выбор жанра обоснован результатами предыдущей работы (критерии 1 – 5); 2) выбор жанра вытекает из результатов предыдущей работы (критерии 1 – 5); 3) жанр органичен для репрезентации выявленных свойств объекта и восприятия ЦА; 4) представлены базовые жанрообразующие признаки жанра	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или жанр не определён	0
7	Глубина раскрытия содержания проекта	1) выделены значимые (ключевые) микротемы; 2) обоснованно отобраны герои, эксперты, действующие лица; 3) обоснованно выбраны места съёмок; 4) представлена исчерпывающая характеристика концептуальных единиц содержания текста, видео- и аудиоряда; 5) смысловые единицы текста, видео- и аудиоряда выстроены в непротиворечивую логическую последовательность; 6) фактические ошибки отсутствуют	2

		нарушены или не выполнены 3 требования из 6, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 4 требования из 6, представленных выше; или содержание проекта не раскрыто	0
8	Соответствие формы (техники, технологии и средств) содержанию проекта и нормам восприятия	1) для репрезентации каждой смысловой единицы выбрана наиболее органичная форма (печатный текст, видео, аудио); 2) для репрезентации каждой смысловой единицы выбраны наиболее органичные технологии и техники (текстовые, визуальные и аудиальные); 3) для репрезентации каждой смысловой единицы выбраны наиболее органичные средства (текстовые, визуальные и аудиальные); 4) выбранные средства соответствуют нормам восприятия	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или характеристика формы не представлена	0
9	Полнота и глубина содержания ТЗ	1) ТЗ включает все виды работ; 2) ТЗ достаточно детализировано; 3) ТЗ структурировано логично и последовательно, соответствует результатам проделанной работы (критерии 7, 8); 4) все формулировки корректны, точны и ясны	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или ТЗ не представлено	0
10	Полнота и глубина содержания сценария	1) сценарий включает все компоненты сюжета (сцены, эпизоды); 2) достаточно детализированы содержательные компоненты текста, видео- и аудиоряда; 3) композиция сценария построена по законам драматургии; все компоненты текста, видео- и аудиоряда уместны, пропорциональны и взаимосвязаны; 4) сценарий соответствует теме, идее, главной задаче, ТЗ; 5) все формулировки корректны, точны и ясны; 6) выбор типов съёмки обоснован; сценарий реализуем	2
		нарушены или не выполнены 3 требования из 6, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 4 требования из 6, представленных выше; или сценарий не представлен	0
11	Полнота и глубина содержания монтажного плана	1) монтажный план включает все структурные компоненты (см. Приложение); 2) достаточно детализированы содержательные компоненты текста (титры, моно-, диалог), видео- (план, композиция, ракурс, свет, цвет, фон) и аудиоряда (синхронный, закадровый, моно-, диалог, музыка, интершум); 3) выбор типов монтажа обоснован; 4) монтажный план соответствует теме, идее, главной задаче, ТЗ, сценарию; 5) все формулировки корректны, точны и ясны;	2

		б) монтажный план реализуем	
		нарушены или не выполнены 3 требования из 6, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 4 требования из 6, представленных выше; или монтажный план не представлен	0
12	Оригинальность концепции	1) объект рекламы / ПР раскрывается с неожиданной стороны; 2) представлены уникальные (неявные, скрытые) свойства объекта; 3) выбраны нетривиальные технико-технологические средства репрезентации объекта, органичные для его природы	2
		концепция не соответствует 1 требованию из 3-х, представленных выше	1
		концепция не соответствует 2 требованиям из 3-х, представленных выше; или концепция вторична (тривиальна, заимствована)	0
13	Качество оформления презентации проекта	1) презентация раскрывает суть проекта; 2) презентация построена логично и последовательно; 3) оформление презентации облегчает понимание фактического материала; фактические ошибки отсутствуют; 4) в оформлении презентации учтены все особенности восприятия визуальной информации (цветовые, шрифтовые, композиционные)	2
		нарушены или не выполнены 2 требования из 4-х, представленных выше	1
		нарушены или не выполнены 3 требования из 4-х, представленных выше; или презентация отсутствует	0
14	Качество речевого оформления проектной документации и презентации	орфографические, пунктуационные, речевые, грамматические, орфоэпические, стилистические ошибки отсутствуют; или в совокупности допущено не более 3 негрубых ошибок	2
		допущено в совокупности до 7 ошибок	1
		допущено в совокупности 8 и более ошибок	0
Максимальный балл			28
Примечание: если по первым четырём критериям проект оценивается 0 баллов, то концепция далее не рассматривается и по всем остальным критериям проставляется 0 баллов			

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен по дисциплине выставляется на основании созданного и защищенного проекта.

Примерные темы проектов (выполняются творческими коллективами по 2–4 человека)

1. Создание серии видеороликов (объект выбирается студентами из перечня заявок, поступивших от заказчиков).
2. Создание мультимедийного продукта (объект выбирается студентами из перечня заявок, поступивших от заказчиков).
3. Создание презентационного видеоролика (объект выбирается студентами из перечня заявок, поступивших от заказчиков).
4. Информационное сопровождение деятельности муниципалитета (объект выбирается студентами из перечня заявок, поступивших от заказчиков).

Вопросы для самоподготовки:

1. Почему поисковый этап необходим для качественной разработки будущего проекта? Охарактеризуйте поисковый этап разработки своего проекта.

2. Какие виды работ нужно выполнить на этапе подготовительной разработки проекта? Почему они важны? Охарактеризуйте подготовительный (концептуальный) этап разработки своего проекта.
3. С какими трудностями Вы столкнулись в процессе производства продукта? Какие шаги предприняли для их преодоления? Какой опыт извлекли?
4. Насколько готовый продукт, разработанный Вами, отличается от представленного в концепции? По каким причинам не удалось воплотить задуманное?
5. Охарактеризуйте специфику разработки текстовой части проекта. Приведите примеры.
6. Охарактеризуйте специфику разработки визуальной части проекта. Приведите примеры.
7. Охарактеризуйте специфику разработки аудиальной части проекта. Приведите примеры.
8. Охарактеризуйте специфику подготовки и проведения фокусированного интервью ЦА. Приведите примеры.
9. Какие изменения Вы внесли в проект после обработки результатов фокусированного интервью ЦА? Корректировка улучшила или ухудшила готовый продукт? Почему?
10. Какие техники и технологии Вы освоили в процессе создания проекта? Что не удалось освоить? Почему? Над чем будете работать в дальнейшем?

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	Репродуктивный	Изложение в пределах	удовлетворительно		55-70

(достаточный)	ная деятельность	задач курса теоретически и практически контролируемого материала			
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. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии : учебное пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 174 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009794-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1006769>. – 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>.
5. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2020. - 83 с. - ISBN 978-5-7782-4107-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870479>. – 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026

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 № 5 от «04» марта 2026 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), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная ра-

бота, 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 практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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 полевой 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 кампаний. 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 «липových» 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. 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, мето-

дов 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.

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 Европы 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 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
Удовлетвори-	Репродуктивная	Изложение в пределах задач	удовлетвори-		55-70

тельный (до- статочный)	деятельность	курса теоретически и прак- тически контролируемого материала	тельно		
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетво- рительно	не заче- но	Менее 55

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

Основная литература

1. Алексеев, Р. А. Избирательное право, избирательный процесс и технологии : учебник / Р.А. Алексеев. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 175 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2135824. - ISBN 978-5-16-019750-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2220948>. – Режим доступа: по подписке.
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 эксклавности // 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Дизайн в интегрированных коммуникациях»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования Составителя:

Составитель: Струкова Елена Михайловна, доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Дизайн в интегрированных коммуникациях».
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: «Дизайн в интегрированных коммуникациях».

Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины является развитие проектно-художественных способностей в процессе овладения студентами основ графической культуры, включающей формирование дизайнерского мышления и умений выполнять различные виды профессионально-графической деятельности, позволяющих управлять творчеством в процессе поиска и осуществления новых идей.

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.	Знать: - основные принципы дизайна и его роль в развитии интегрированных коммуникаций, основы дизайна, характеристики и особенности прочтения визуальных текстов рекламы и связей с общественностью и их восприятия целевой аудиторией; - актуальные техники визуализации; Уметь: - ориентироваться в программном обеспечении; - использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации. Владеть: - технологиями визуализации.
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 коммуни-	ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.	Знать: - основные графические редакторы; - особенности основных видов печатной продукции и их изготовление; - функциональные и эстетические требования, предъявляемые к изготовлению объектов графического дизайна. Уметь: - классифицировать объекты печатной продукции графического

кационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.		дизайна; -владеть основами проектирования плакатов, буклетов, логотипов, визиток и пр., создать макет печатной продукции (верстка). Владеть: - владеть навыками работы в специализированных графических редакторах.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дизайн в интегрированных коммуникациях» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин 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 (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: практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Введение в предмет. Основная терминология.	Что такое дизайн. Определение графического дизайна. Функции дизайна. История дизайна.
2	Фирменный стиль и брендинг. Логотипы	Что такое айдентика. Ключевые особенности, формирующие основной посыл потребителю. Что такое логотип. Особенности создания логотипов. Удачные и неудачные примеры логотипов.
3	Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.	Физика цвета. Составляющие цвета по системе Манселла. Теория цвета Иоханнеса Иттенна. Цвет в дизайне. Цветовые ассоциации. Виды цветовых моделей.
4	Композиция в дизайне.	Что такое композиция. Типы композиции. Приемы композиции. Правило третей.

5	Растровая и векторная графика.	Особенности растровой и векторной графики. Преимущества и недостатки.
6	Типографика. Основные принципы. Леттеринг.	Что такое типографика. Определение шрифта и леттеринга. Основные элементы шрифта. Классификация шрифтов.
7	Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.	Верстка текста: основные правила. Что такое модульная сетка и в каких случаях ее используют. Элементы модульной сетки.
8	Презентация продукта.	Ключевые особенности презентации продукта. Составление презентации. Презентация по брендбуку

6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Введение в предмет. Основная терминология.

Вопросы для обсуждения: Подготовить доклад на тему «Личность в графическом дизайне XX-XXI вв.» Доклад выполнить в форме презентации.

Тема 2: Фирменный стиль и брендинг. Логотипы.

Вопросы для обсуждения: Подготовить по три примера удачных и неудачных логотипов брендов (1 мировой, 1 российский, 1 региональный) с аргументацией. Оценить визуальную составляющую, выбор метафоры, простоту восприятия. Выполнить в форме презентации.

Тема 3: Цвет. Основы колористики.

Вопросы для обсуждения: выбрать по одному бренду и определить, как они работают с цветом в своей коммуникации с клиентом. Определить, какую смысловую нагрузку несет выбранный брендом цвет, исходя из особенностей цветовосприятия. Выполнить в форме презентации.

Тема 4: Композиция в дизайне.

Вопросы для обсуждения: Выбрать одну из работ художников в предлагаемом списке. Описать композицию в его работе по следующим категориям: форма объектов, пропорции, наличие фокусов внимания, наличие ритма, графические акценты, цветовое выделение, наличие контраста (формы, цвета, большого и малого, смысла), наличие/отсутствие рабочей контрформы). Выполнить в форме презентации.

Найти один рекламный плакат начала-середины 20 века, рекламирующий товары, услуги или с социальной рекламой. Объяснить приемы композиции. Какие из них актуальны, а какие уже устарели? Выполнить в форме презентации.

Тема 5: Типографика. Основные принципы. Леттеринг.

Вопросы для обсуждения: Выбрать по два примера удачного и неудачного использования брендом шрифтов. Выполнить в форме презентации.

Тема 6: Работа в графических редакторах.

Вопросы для обсуждения: Создать логотип и нейминг собственного предприятия. Аргументировать выбор визуальных образов, найденной формы, метафоры, нейминга.

Разработать фирменные цвета для собственного бренда. Аргументировать выбор. Представить использование выбранного цвета в любом промо-материале.

Тема 7: Работа в графическом фоторедакторе.

Вопросы для обсуждения: изучение основных приемов подготовки фотографического материала для его дальнейшего использования в изданиях (свето- и цветокоррекция, кадрирования, ретушь).

Тема 8: Основы верстки. Работа с текстом в графическом редакторе.

Вопросы для обсуждения: создать верстку рекламной продукции (статья, брошюра) собственного бренда.

Тема 9: Презентация продукта.

Вопросы для обсуждения: Составление презентации продукта.

Требования к *самостоятельной работе* студентов

Методические указания по организации внеаудиторной самостоятельной работы на занятии способствуют организации последовательного изучения материала, вынесенного на самостоятельное освоение в соответствии с учебным планом, программой учебной дисциплины/профессионального модуля и имеет такую структуру:

1. Выполнение домашнего задания, предусматривающего выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях по следующим темам:
 - Введение в предмет. Основная терминология.
 - Фирменный стиль и брендинг. Логотипы.
 - Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.
 - Композиция в дизайне.
 - Растровая и векторная графика.
 - Типографика. Основные принципы. Леттеринг.
 - Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.
 - Презентация продукта. Презентация по брендбуку.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

8.

Практические 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.

9. Фонд оценочных средств

9.1. 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	Индекс контро-	Оценочные средства по этапам фор-

(темы) дисциплины	лируемой компетенции (или её части)	мирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Введение в предмет. Основная терминология.	ОПК-6, ПК-1	Опрос
Фирменный стиль и брендинг. Логотипы	ОПК-6, ПК-1	Опрос, презентация
Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.	ОПК-6, ПК-1	презентация
Композиция в дизайне.	ОПК-6, ПК-1	презентация
Растровая и векторная графика.	ОПК-6, ПК-1	Презентация, графическая работа
Типографика. Основные принципы. Леттеринг.	ОПК-6, ПК-1	Презентация, графическая работа
Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.	ОПК-6, ПК-1	Презентация, графическая работа
Презентация продукта.	ОПК-6, ПК-1	Презентация, графическая работа

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

1. 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.

2. Создание макетов рекламной продукции (возможна работах в малых группах).

Цель задания

Научиться выполнять различные виды графической деятельности, позволяющих управлять творчеством в процессе поиска и осуществления новых идей. Научиться работать над проектом.

Алгоритм выполнения

Обучающиеся делятся на группы. В качестве самостоятельной работы группам необходимо придумать бренд (нейминг, элементы фирменного стиля).

На практических занятиях обучающиеся в графических редакторах создают макеты определенной рекламной продукции для выбранных брендов на основе знаний, полученных на лекционных и практических занятиях.

9.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Что такое графический дизайн. Основные функции.
2. Виды дизайна.
3. Школы дизайна. Чем известен Вальтер Гропиус.
4. Направления в искусстве, повлиявшие на становление графического дизайна.
5. Чем бренд отличается от торговой марки.
6. Дать определение термину айдентика.
7. Основные разделы брендбука.

8. Что такое логотип и какие элементы в него могут входить.
9. Какие три основных цвета существуют, согласно теории Иоханнеса Итенна.
10. Назовите три составляющих цвета по системе цвета Манселла.
11. Какие бывают цветовые модели.
12. Какие задачи помогает решить цвет в рекламе.
13. Дайте определение понятию типографика.
14. Какие основные виды шрифтов существуют. Назовите их отличия.
15. Что такое леттеринг.
16. Что такое композиция.
17. Виды композиции.
18. Назовите основное преимущество векторной графики.
19. Что такое модульная сетка. Основные функции.
20. Основные правила верстки текста.

9.4. 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	<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

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

Основная литература:

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В. Д. Курушин. - 2-е изд. - Москва : ДМК Пресс, 2023. - 272 с. - (Самоучитель). - ISBN 978-5-89818-617-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2108496>. – Режим доступа: по подписке.
2. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция : монография / под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1897823>. – Режим доступа: по подписке.
3. Шелестовская, В. А. Стили в графическом дизайне : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / В. А. Шелестовская, Г. С. Елисеев ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово : КемГИК, 2022. - 139 с. - ISBN 978-5-8154-0641-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2050518> (дата обращения: 11.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. 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.
2. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы : учебное пособие / Р. И. Мокшанцев ; под ред. М. В. Удальцовой. - Москва : ИНФРА-М : Сиб. согл., 2019. - 232 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004777-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>. – Режим доступа: по подписке.
3. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - Москва : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016754>. – Режим доступа: по подписке.
4. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041338>. – Режим доступа: по подписке.
5. Сайкин, Е. А. Основы дизайна : учебное пособие / Е. А. Сайкин. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2018. - 58 с. - ISBN 978-5-7782-3610-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1866283>. – Режим доступа: по подписке.
6. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989613>. – Режим доступа: по подписке.

11. 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

ренций

- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

12. 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.

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

Для проведения практических занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой, при необходимости используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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

«Инновационные цифровые проекты в рекламе»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Иксанова Ж.Г., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Инновационные цифровые проекты в рекламе».
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: «Инновационные цифровые проекты в рекламе»

Цель дисциплины: Формирование у студентов компетенций в области применения современных цифровых проектов в рекламе, а также развитие навыков их внедрения в профессиональную деятельность для повышения эффективности медиапроизводства и управления коммуникационными процессами.

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-5 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакмпаний	ПК-5.1 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов	Знать: - Основные цифровые технологии, применяемые в бизнесе и коммуникациях. - Современные тенденции в развитии цифровых технологий. Уметь: - Анализировать и выбирать цифровые технологии для решения задач в области рекламы и PR. - Разрабатывать стратегии внедрения инновационных решений в бизнес-процессы. - Оценивать эффективность применения цифровых инструментов. Владеть: - Навыками работы с платформами для SMM, инструментами аналитики, ИИ-инструментами. - Методами проектного управления при внедрении цифровых технологий. - Способностью адаптировать инновационные решения к потребностям бизнеса.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновационные цифровые проекты в рекламе» представляет собой дисциплину по выбору образовательной программы подготовки направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа «Управление коммуникациями 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 (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: практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Генеративные нейросети в создании контента для рекламы	Изучение принципов работы генеративных нейросетей, их применение в создании визуального и текстового контента. Анализ кейсов использования в рекламных кампаниях.
2	Криптовалюты и смарт-контракты в рекламных моделях	Изучение блокчейн-технологий, криптовалют и смарт-контрактов. Анализ их роли в новых рекламных моделях и монетизации контента.
3	ИИ и чат-боты в рекламе и PR	Применение искусственного интеллекта и чат-ботов в коммуникациях с аудиторией. Автоматизация процессов в PR и рекламе.
4	Практические кейсы внедрения цифровых технологий	Разбор успешных примеров, разработка проектов.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Генеративный ИИ в создании рекламного контента.

- Применение нейросетей для автоматизации креатива.
- Практика: генерация рекламных изображений и текстов под заданный бриф.

Тема 2. NFT и Web3 в бренд-коммуникациях.

- Токенизация рекламных активов, создание лояльности через NFT.
- Практика: проектирование NFT-кампании для реального продукта.

Тема 3. Чат-боты и голосовые помощники в клиентском сервисе.

- Интеграция ИИ-ассистентов) в CRM-системы.
- Практика: создание чат-бота для обработки запросов в Telegram.

Тема 4. Этика и регулирование цифровых технологий.

- Проблемы дипфейков, защиты данных, законодательные ограничения.

- Практика: разбор кейсов нарушений и разработка этичного креатива.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

Практические 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 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
Генеративные нейросети в создании контента	ПК-5	- Анализ кейсов использования нейросетей в рекламе. - Практическое задание: создание рекламного креатива с помощью ИИ.
Криптовалюты и смарт-	ПК-5	- Анализ блокчейн-про-

контракты		ектов в рекламе. - Проектирование рекламной модели на смарт-контрактах.
ИИ и чат-боты в рекламе и PR	ПК-5	- Анализ чат-ботов в коммуникациях. - Разработка рекламного чат-бота.

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

Тестовые задания (примеры):

1. Генеративные нейросети в создании контента для рекламы

Вопрос:

Какой алгоритм лежит в основе работы генеративных нейросетей, таких как Kandinsky 2.0 или DALL-E?

Варианты ответов:

- a) Рекуррентные нейронные сети (RNN)
- b) Генеративно-сопоставительные сети (GAN)
- c) Сверточные нейронные сети (CNN)
- d) Долгосрочная краткосрочная память (LSTM)

Правильный ответ:

- b) Генеративно-сопоставительные сети (GAN)

2. Криптовалюты и смарт-контракты в рекламных моделях

Вопрос:

На каком блокчейне чаще всего создают смарт-контракты для рекламных кампаний?

Варианты ответов:

- a) Bitcoin
- b) Ethereum
- c) Litecoin
- d) Ripple

Правильный ответ:

- b) Ethereum

3. ИИ и чат-боты в рекламе и PR

Вопрос:

Какой алгоритм чаще всего используется для обработки естественного языка (NLP) в чат-ботах?

Варианты ответов:

- a) GPT (Generative Pre-trained Transformer)
- b) SVM (Support Vector Machine)
- c) K-means
- d) Random Forest

Правильный ответ:

- a) GPT (Generative Pre-trained Transformer)

Практические задания:

- Создать рекламный пост с использованием ChatGPT и нейросетевого генератора изображений.

- Разработать сценарий взаимодействия чат-бота с клиентом для продвижения бренда.

Кейс-стади:

Проанализировать успешную VR-кампанию (например, IKEA Place) и выделить ключевые факторы её эффективности.

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Теоретические вопросы:

- Роль генеративных нейросетей в современной рекламе: преимущества и риски.
- Практическое применение VR/AR в брендинге: примеры и тренды.
- Как смарт-контракты меняют модели монетизации рекламы?
- Перспективы интеграции IoT в рекламные кампании.
- Этические аспекты использования ИИ и чат-ботов в PR.

Практические задания:

- Защита проекта: презентация созданной VR/AR-концепции для выбранного бренда.
- Демонстрация рабочего прототипа чат-бота с функционалом для рекламных целей.

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 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

- Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 426 с. - ISBN 978-5-394-05703-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133542>. – Режим доступа: по подписке.
- Макарова, Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама» / Т.В. Макарова, О.Н. Ткаченко, О.Г. Капустина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01526-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028736>. – Режим доступа: по подписке.
- Цифровой маркетинг : учебник / Д. Р. Амирова, Е. В. Духанина, А. Б. Зубков [и др.]. — Москва : МУИВ, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-9580-0716-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

- Дергачева, И. В. Цифровые технологии : учебное пособие / И. В. Дергачева. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2023. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/342167>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- Кульназарова, А. В. Цифровые коммуникации : учебно-методическое пособие / А. В. Кульназарова, И. А. Алексеенко. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2023. — 35 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/381611>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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.

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»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

2026

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 № 5 от «04» марта 2026 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-1 Способен к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.7 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах) УК-1.8 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Знать: • терминологический аппарат и стандарты оформления академических и прикладных текстов; • основные методы и стратегии перевода, редактирования и адаптации текстов с учетом целевой аудитории, коммуникативной задачи и культурного контекста; • принципы верификации терминологической точности, стилистической корректности и академической добросовестности (цитирование, антиплагиат, авторское право). нормы и особенности публичных выступлений на международных мероприятиях (конференции, форумы, питчи, панельные дискуссии, защита проектов); • принципы межкультурной коммуникации, делового этикета и невербального поведения в международной PR-среде. Уметь: • понимать основное содержание аутентичных специальных текстов, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), блогов/веб-сайтов; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного характера; • 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 • поддерживать контакты при помощи электронной почты, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, коллажей, постеров) Владеть: • формами деловой переписки; навыками подготовки текстовых документов в управленческой деятельности; владеть основами реферирования и аннотирования литературы по

		специальности; • 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.
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-1.2 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. иных знаковых систем.	Знать: признаки изученных грамматических явлений (видовременных форм глаголов, модальных глаголов и их эквивалентов, артиклей, существительных, неличных форм глагола); основные нормы речевого этикета (реплики-клише, наиболее распространенная оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка; основные значения изученных лексических единиц в рамках повседневного и делового общения. Уметь: <i>(1) говорение</i> начинать, вести/поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости переспрашивая, уточняя; 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; 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; использовать синонимичные средства в процессе устного общения; <i>(2) аудирование</i> понимать основное содержание аутентичных прагматических текстов и выделять для себя значимую информацию; понимать основное содержание аутентичных текстов, относящихся к разным коммуникативным типам речи (сообщение/рассказ), уметь определить тему текста, выделить главные факты в тексте, опуская второстепенные; использовать переспрос, просьбу повторить;

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

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 (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: практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Академическое письмо и перевод в сфере рекламы и PR	Жанры академических и профессиональных текстов в коммуникационных индустриях Методы перевода и адаптации профессиональной терминологии Редактирование и верификация текстов: академическая добросовестность
2.	Публичная презентация результатов в международной среде	Риторика и композиция академической/ профессиональной презентации Межкультурная коммуникация и деловой этикет на международных мероприятиях Визуализация данных и цифровые инструменты для презентаций Подготовка и проведение публичного выступления на иностранном языке

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1.	Жанры академических и профессиональных текстов в коммуникационных индустриях	Обзор жанров: научная статья, аннотация, кейс, пресс-релиз, медиа-кит, отчет по кампании. Структурные и стилистические особенности. Анализ образцов на иностранном языке.
2.	Методы перевода и адаптации профессиональной терминологии	Стратегии перевода терминов рекламы, маркетинга, цифровых коммуникаций. Работа с глоссариями, параллельными корпусами, САТ-инструментами. Культурная адаптация контента.
3.	Редактирование и верификация текстов: академическая добросовестность	Принципы академического цитирования, проверка на плагиат, стилистическая и терминологическая выверка. Практикум по редактуре научных и прикладных текстов.
	Риторика и композиция академической/ профессиональной презентации	Структура доклада. Риторические приемы, работа с возражениями, управление временем.
	Межкультурная коммуникация и деловой этикет на международных мероприятиях	Особенности коммуникации в разных культурных контекстах (высоко-/низко-контекстные культуры). Невербалика, табу, протокол конференций и питч-сессий.
	Визуализация данных и цифровые инструменты для презентаций	Работа с инфографикой, интерактивными дашбордами. Составление презентации.
	Подготовка и проведение публичного выступления на иностранном языке	Симуляция выступления на международной конференции / профессиональном

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

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
Жанры академических и профессиональных текстов в коммуникационных индустриях	УК-1; ОПК-1	Практикум
Методы перевода и адаптации профессиональной терминологии	УК-1; ОПК-1	Практикум
Редактирование и верификация текстов: академическая добросовестность	УК-1; ОПК-1	Практикум, самостоятельная работа
Риторика и композиция академической/ профессиональной презентации	УК-1; ОПК-1	Практикум
Межкультурная коммуникация и деловой этикет на международных мероприятиях	УК-1; ОПК-1	Практикум + Кейс-стади
Визуализация данных и цифровые инструменты для презентаций	УК-1; ОПК-1	Практикум + Лабораторная
Подготовка и проведение публичного выступления на иностранном языке	УК-1; ОПК-1	Тренинг / Защита проекта

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

Tema 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, occupation, 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 / выражать 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:

fairy 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

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

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

1. Journalism is wider than Public relations in the scope.
2. Whereas public relations personnel are objective observers serving their audience, journalists are advocates of their clients.

3. Public relations tool —product publicity—is more cost effective and often more credible than advertising because the message appears in a news context.

4. Public relations is different from marketing in several ways, although their boundaries overlap.

5. 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.

1. adapt
2. publicity
3. corporate
4. bottom line
5. employee
6. assignment
7. shareholder
8. enlist
9. seasoned
10. implementation

Task 2. Give English equivalents.

1. 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	Основные признаки выделения уровня (этапы)	Пятибалльная шкала	Двухбалльная	БРС, % освоения

	уровня	формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	(академическая) оценка	ная шкала, зачет	ния (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.Ceramella N, Lee E. Cambridge English for the Media. Cambridge University Press, 2018. 112p. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 практических используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Сивкова Анна Вадимовна, кандидат филологических наук, доцент

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

Протокол №5 от «04» марта 2026 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.	Знать: - основные принципы взаимодействия крупных предприятий с медиа-сообществом; - правила и технологии освещения публичных решений и действий предприятий Уметь: оценивать последствия принимаемых управленческих решений в медиасфере, в т.ч. эффекты от освещения программ социально-ответственной деятельности предприятия Владеть: 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 «Управление коммуникациями 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 (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)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Концепция устойчивого развития как цивилизационная модель	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). 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. Деятельность энергетических компаний (крупных предприятий) в области устойчивого развития. Три аспекта устойчивого развития: социальный, экологический, экономический. Ответность.
2.	Экологический аспект устойчивого развития компании	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. Концепция устойчивого развития как стратегия решения экологических проблем. Экологический PR в мировом пространстве. Система организации и реализации экологического PR. Понятие экологической PR-политики в деятельности коммерческой компании (предприятия). Практическая реализация экологической PR-политики и ее влияние на репутацию корпорации.
3.	Социальный аспект устойчивого развития компании	Культурное многообразие и формы его проявления. Культурное наследие региона как фактор его устойчивого развития. Единство культурного и природного наследия. 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 *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».

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

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 решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Экологический аспект устойчивого развития компании.		
Социальный аспект устойчивого развития компании.		
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 в 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

1. Дайте определение понятию «устойчивость» в контексте корпоративного управления. Чем отличается «развитие» от «роста» в парадигме устойчивого развития?
2. Почему отчётность в области устойчивого развития становится обязательным элементом коммуникационной стратегии крупных корпораций?
3. Раскройте содержание понятия «экологический PR». В чём специфика его реализации в энергетическом секторе?
4. Как природные ценности (ресурсы, условия, наследие) интегрируются в коммуникационную политику промышленного предприятия?
5. Проанализируйте влияние экологических инициатив компании на её репутацию в медиа-сфере: механизмы формирования позитивного имиджа.
6. Дайте сравнительную характеристику понятий «меценатство», «благотворительность», «спонсорство»: цели, механизмы, ожидаемые эффекты.
7. Как культурное наследие региона может стать объектом и инструментом социальной политики компании?
8. Раскройте содержание внутренней и внешней социальной политики предприятия. Как они влияют на лояльность стейкхолдеров?
9. Обоснуйте роль культурного многообразия в стратегии устойчивого развития компании на региональном уровне.

Кейс-задания

1. Кейс «Экологический инцидент»: Компания столкнулась с негативным медиа-поводом, связанным с загрязнением окружающей среды. Разработайте план антикризисных коммуникаций, интегрирующий принципы устойчивого развития и социальной ответственности.
2. Кейс «Региональный проект»: Предложите концепцию благотворительного проекта крупного предприятия для сохранения объекта культурного наследия Калининградской области. Обоснуйте выбор объекта, целевые аудитории, коммуникационные каналы и ожидаемые репутационные эффекты.
3. Кейс «Отчётность»: Проанализируйте публичный отчёт одной из российских компаний в области устойчивого развития. Оцените полноту раскрытия информации, качество визуализации данных и эффективность коммуникации с ключевыми стейкхолдерами.

Проектные задания (групповые / индивидуальные)

1. Проект «Коммуникационная стратегия КСО»: Разработайте фрагмент коммуникационной стратегии для промышленного предприятия, направленной на продвижение его вклада в устойчивое развитие региона. Включите: позиционирование, ключевые сообщения, сегментацию аудиторий, выбор каналов, KPI.
2. Проект «Медиапакет социального проекта»: Подготовьте комплект материалов для СМИ (пресс-релиз, сценарий видеоролика) по запуску социальной инициативы компании в сфере сохранения природного или культурного наследия.
3. Проект «Стейкхолдер-диалог»: Смоделируйте формат проведения круглого стола с участием представителей бизнеса, власти, НКО и медиа по теме устойчивого развития региона. Разработайте повестку, список участников, ожидаемые результаты и план пост-коммуникации.

Вопросы для письменного тестирования (закрытые и открытые формы)

1. Укажите три основных аспекта устойчивого развития:

- а) политический, экономический, технологический
- б) социальный, экологический, экономический ☒
- в) культурный, образовательный, инфраструктурный

2. Соотнесите понятия и определения:

- 1. Меценатство
- 2. Благотворительность
- 3. Спонсорство
- А. Безвозмездная поддержка культуры, искусства, образования
- Б. Добровольная деятельность по бескорыстной помощи нуждающимся
- В. Поддержка проекта в обмен на рекламные преимущества.

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	удовлетворительно		55-70

		контролируемого материала			
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня	неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55	

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

Основная литература:

1. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. — Москва : Дашков и К, 2022. — 248 с. — ISBN 978-5-394-04024-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277313>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия URL : https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml
3. 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.

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. 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.
4. *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. Ключев [и др.]. М. : Научно-информационный издательский центр, 2005. Т. 1–2.
5. *Колганова, Э.М., Колганов, И.П., Иванов, Ю.Н.* Путешествуйте по Калининградской области. Калининград : Кн. изд-во, 1961. 222 с.
6. *Меценатство в культурной памяти Калининградской области /* Калининградский региональный общественный фонд культуры ; сост. И.А. Полякова ; сост., авт. идеи Н.П. Перетяка. — Калининград : [б.и.], 2020. — 56 с. : ил. — 100 экз. : Дирекция Высшей школы медиа и дизайна, г. Калининград, ул. Чернышевского, 56, каб. 207.
7. 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.

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
- ЭБС Консультант студента

- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 практических занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Кризисные коммуникации»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Сивкова А.В., к.ф.н., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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: формирование у студентов системных теоретических знаний, аналитических умений и практических компетенций, необходимых для профессионального проектирования, реализации и оценки антикризисных коммуникационных стратегий в политической и бизнес-среде, обеспечивающих минимизацию репутационных рисков, сохранение доверия стейкхолдеров и устойчивое развитие организаций в условиях неопределённости.

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.	Знать: - принципы и методы создания информационных поводов при планирования антикризисной коммуникации; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; Уметь: - 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. Владеть: - 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,	Знать: - принципы социальной ответственности и этические нормы, принятыми профессиональным сообществом.

принципам социальной ответственности	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.	Уметь: - 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; - оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений; Владеть: - навыками проведения контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках антикризисных кампаний.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Кризисные коммуникации» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки студентов направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа «Управление коммуникациями 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 (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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Сущность и основные катего-	Сущность и основные категории

	рии антикризисного PR.	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 *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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

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 «естественный 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 (зачет)

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 персонала.
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 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. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 140 с. — ISBN 978-5-507-54967-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/513583>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Емельянов, С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 204 с. — ISBN 978-5-507-50887-7. — Текст : электронный //

Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/484388>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. — 252 с. — ISBN 978-5-394-06025-0. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2227378>. — Режим доступа: по подписке.

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>

2. 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>

3. Орехов, В. И. Антикризисный менеджмент / В. И. Орехов, Т. Р. Орехова, К. В. Балдин. — Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. — 336 с. — (Высшее образование: Бакалавриат (Финансовый университет)). — ISBN 978-5-16-016280-5. — Текст: электронный. — URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1093041>

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Медиаарилейшнз в бизнесе»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Медиа-рилейшнз 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.	Знать: - основные тенденции развития общественных и государственных институтов. Уметь: - использовать результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеть: - 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 студентов 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), 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Медиарилейшенз в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Базовые понятия медиарилейшенз. Создание медийного образа организации. Оптимальная информационная среда субъекта, позитивное общественное мнение о субъекте, эффективное и регулярное паблсити как результаты эффективной работы со СМИ. Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшенз. Медиарилейшенз как управление информацией. Обязательные формы медиарилейшенз (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, квантитативные характеристики, особенности информационной политики. Особенности работы с различными СМИ.
3	Инструменты медиарилейшенз	Как организовать мероприятие для журналистов. Типология ивентов для прессы. Особенности взаимодействия онлайн. Блоггеры. Построение связей с журналистами, перспективы и ограничения. Новость в медиарилейшенз. Информационный повод. Способы направления информационных потоков. Информационное сегментирование, информационное ускорение, дезинформация, информационное давление, информационный шум.
4	Принципы работы	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 медиарилейшенз. Формирование журналистского сообщества. Медиарилейшенз: этический аспект.

5	Подготовка материалов для СМИ	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
6	Кризисный медиарилейшнз	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.

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 медиарилейшнз. 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	Подобрать примеры информационных поводов	Презентация

	медиарилейшнз		
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 медиарилейшнз	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.

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
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 низжестоящий 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	<i>Включает низжестоя-</i>	хорошо		71-85

	более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	щий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать 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. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Методы и методология социологического исследования»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук, профессор

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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: «Методы и методология социологического исследования».
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: «Методы и методология социологического исследования»

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
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.	Знать: Взаимосвязь между социологической теорией, методами сбора данных и прикладными задачами Методологические основания социологического исследования, основные методы сбора и анализа социологической информации Уметь: 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 Владеть: 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 проведения и обработки результатов социологического исследования Построением социологического инструментария

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина является факультативом образовательной программы 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), 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>	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. 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.
2	<i>Модуль 2. Логика и организация социологического исследования</i>	Программа социологического исследования Логика проведения социологического исследования. Программа исследования: структура, функции, требования к разработке. Вводная часть программы социологического исследования. Социальная и социологическая проблема, проблемная ситуация. Критерии выявления социальных проблем. Постановка целей и задач исследования. Определение объекта и предмета исследования. Понятие теоретического и эмпирического объекта. Обоснование эмпирических основ исследования, выбор методов сбора, обобщения и анализа данных.

		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. Аналитическая часть программы социологического исследования. Полевой этап: специфика организации и типичные трудности проведения. Обработка и анализ первичных социологических данных.
3	Модуль 3. Методы социологического исследования	Опросные методы в качественном исследовании 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. 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. Неопросные методы в качественной социологии 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. Анализ документов. Традиционный анализ документов. Объекты анализа. Внешний и внутренний анализ. 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.
	Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования	Анализ данных в качественном исследовании. Обоснованная теория Специфика анализа данных в качественном исследовании. 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. Анализ данных качественного социологического исследо-

		вания Подготовка качественных социологических данных к обработке и анализу. Специфика анализа данных в качественном социологическом исследовании. Виды и особенности специализированных компьютерных программ, применяемых для анализа качественных данных. Интерпретация результатов качественного социологического исследования.

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.

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 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)	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. Добренев, В. И. Социология : учебник / В.И. Добренев, 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.

Дополнительная литература:

- Вертакова, Ю. В. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. — М. : КноРус, 2012.
- 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.
- Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учебное пособие / А. С. Готлиб. — 3-е изд., стер. — М. : Флинта, 2014.
- Гусева, Ж. И. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ж. И. Гусева, Е. С. Вологодина. — Комсомольск-на-Амуре, 2012.
- 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.
- Киселева, Л. М. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие / А. М. Киселева. - Омск, 2014.
- 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.
- Лавриненко, В. Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. Н. Путилова. — 3-е изд. — М., 2014.
- Солнышкина, М. Г. Исследование социально-экономических и политических процессов : конспект лекций / М. Г. Солнышкина. — М. : Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2012.
- Тавокин, Е. П. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. П. Тавокин. — 2-е изд. — М., 2014.
- Хакимова, Е. А. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. А. Хакимова. — Челябинск, 2010.

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС РКИ
- 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград

2026

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 № 5 от «04» марта 2026 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-3.2 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.	Знать: особенности профессиональной деятельности специалиста в отделе пресс-службы и связей с общественностью. Уметь: осуществлять профессиональные функции в подразделениях различного типа и подчинения. Владеть: 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 студентов 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), 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 практические занятия и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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 построения 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 обще-

		корпоративной 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 ранжера 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	Подходы к методологии оценки эффективности PR. Принципы и функции оценки PR. Постановка вопроса о коммуникационной эффективности PR-деятельности.

эффективности деятельности пиар-отделов.	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.	Перечислить основные методы ньюсмей-

	Ньюсмейкинг.	кинга 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.

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
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 в 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 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 учеб-	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно	хорошо		71-85

	ной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	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

- 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

- 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.
- 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.
- 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.
- Управление и организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью : методические рекомендации / составители С. С. Марочкина, Ю. В. Суворова. — Сочи : СГУ, 2022. — 32 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/351743>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026
Лист согласования

Составитель: Мышанский Андрей Алексеевич, доцент.

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

Протокол № 5 от «04» март 2026 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
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах ОПК-3.3 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. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.	Знать: - методы решения организационных, медийных и PR-проблем в ходе проведения PR-кампаний. Уметь: - создавать PR-тексты любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта Владеть: - 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.	Знать: - основные составляющие планирования, организации и проведения PR-кампаний; - методы решения организационных, медийных и PR-проблем в ходе проведения PR-кампаний. Уметь: - проводить кампании по связям с общественностью, специальные события, акции и мероприятия; - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; Владеть:

		- 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 42.04.01 «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), 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: лекционные и практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№ 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	Типология, особенности, различия в организации специальных мероприятий. Выставка, как одно из главных PR-мероприятий. Общее и различное в проведении

	общественностью	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 контроли- руемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Сущность PR-кампании	ОПК-3; ПК-3	Устный опрос
Подготовка кампании по связям с общественностью	ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
Планирование PR программ	ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
Основные мероприятия по связям с общественностью	ОПК-3; ПК-3	Проектная работа
СМИ в рамках проведения	ОПК-3; ПК-3	Проектная работа

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контроли- руемой	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
кампаний по связям с общественностью		

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 управления.
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 экзамену:

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 кампаний в области связей с общественностью в различных сферах общественной жизни.
25. Методы сбора и анализ информации в ПР.

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

Основная литература

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : Учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и пр деятельности : учебное пособие / Н. В. Терёшина. — Москва : РУТ (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/269480>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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. 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.
3. 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.
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: 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.
5. 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.
 6. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

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 № 5 от «04» марта 2026 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 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: «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 к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.1 Умеет анализировать проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	Знать: действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие, необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы. Уметь: определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов Владеть: 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), 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 практические занятия и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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	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.
5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы	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. Лимология, Делимитация и демаркация. Классификации политических границ.
6. Регионы и муниципалитеты	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.
7. Пространственная идентичность	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.
8. История геополитических идей (часть 1)	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.
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: геοэкономика и глобальная среда турбокапитализма. 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, 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.

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. Столичные территории. Сложно-составные 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 сопраностранственность. 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. Штраусс-Гуне). 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. Козн: геополитика мировой системы и анализ геополитических структур. Э. Люттвак: геэкономика 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 внутривластные 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 преимущественно- го 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	Работа с лекционным материалом, учебником и дополни-

геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи.	тельной 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.

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><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:	<table><tr><td>1. А. Дугин</td></tr><tr><td>2. К. Хаусхофер</td></tr><tr><td>3. Ф. Фукуяма</td></tr><tr><td>4. П.Н. Савицкий</td></tr><tr><td>5. С. Хантингтон</td></tr></table>	1. А. Дугин	2. К. Хаусхофер	3. Ф. Фукуяма	4. П.Н. Савицкий	5. С. Хантингтон	5	
1. А. Дугин										
2. К. Хаусхофер										
3. Ф. Фукуяма										
4. П.Н. Савицкий										
5. С. Хантингтон										
3.	MultipleSelection	Выберите страны, не являющиеся монархиями:	<table><tr><td>1. Испания</td></tr><tr><td>2. Сербия</td></tr><tr><td>3. Греция</td></tr><tr><td>4. Марокко</td></tr><tr><td>5. Исландия</td></tr><tr><td>6. Монако</td></tr></table>	1. Испания	2. Сербия	3. Греция	4. Марокко	5. Исландия	6. Монако	2, 3, 5
1. Испания										
2. Сербия										
3. Греция										
4. Марокко										
5. Исландия										
6. Монако										
4.	MultipleSelection	С участием каких из указанных стран предлагал в	<table><tr><td>1. США</td></tr><tr><td>2. Франция</td></tr><tr><td>3. СССР</td></tr></table>	1. США	2. Франция	3. СССР	3, 5, 7			
1. США										
2. Франция										
3. СССР										

		1940 г. создать Континентальный блок Карл Хаусхофер?	4. Великобритания		
			5. Япония		
			6. Италия		
			7. Германия		
5.	ShortAnswer	Исследованием политико- географической дифференциации территории, анализом различий в политических ориентациях населения занимается _____ _____ география (Запишите пропущенное слово в соответствующем падеже)			электор альная
6.	ShortAnswer	Осевой (сердцевинный) регион планеты согласно Х. Маккинтеру это _____ (Запишите пропущенное слово в соответствующем падеже)			Хартлен д
7.	Comparison	Сопоставьте столицы и страны:	1. Коломбо 2. Банжул 3. Амман 4. Братисла ва	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 2. Саудовск ая Аравия 3. Бразилия 4. Дания	1. Абсолютн ая монархия 2. Президен тская республик а 3. Конститу ционная монархия 4. Парламен	1-4, 2-1, 3-2, 4-3

				тская республик а	

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. Паннациональные 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. Исклyчительная 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. Козн: 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 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	<i>Включает низестоя-</i>	хорошо		71-85

	широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	щий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать 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. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Политология»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026

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 №5 от «04» марта 2026 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 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 к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.1 Умеет анализировать проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	Знать: - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. Уметь: - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. Владеть: - 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 практические занятия

и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Политология как научная дисциплина	Политология как наука. Теоретическая и прикладная политология. Функции теоретической политологии. Функции прикладной политологии. История развития политической мысли. Особенности и перспективы развития политологии в России. 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). Политические науки, их функции, основные методы. Политическая методология. Политическая философия. Политическая социология. Политическая психология. Политическая конфликтология. Политическая география.
2	Исторические этапы становления и развития политической мысли	История политических учений. Этапы становления и тенденции развития политической науки. Стадия философского осмысления, эмпирическая стадия и стадия рефлексии. 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. 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), демократии (Р. Даль, С. Липсет), тоталитаризма (Х. Арендт, К. Фридрих), политической культуры (Г. Алмонд), пропаганды (Ж. Эллюль). Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Политическая мысль в России в XIX – XX вв.: люди и идеи. Специфика современной российской политической науки.
3	Политика как общественное явление	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. Понятие целей, средств и методов в политике. Дискуссия о соотношении целей и средств их достижения: Н. Макиавелли, Л. Толстой, М. Ганди. Доктрина «меньшего зла». Роль насилия в политике: плюсы и минусы. Деграция 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.
4	Политическая власть	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. Легальность и легитимность политической власти. Типы легитимизации по М. Веберу. 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.
5	Государство и его признаки	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. Правовое государство: условия возникновения и характерные признаки. Проблема реализации идеала правового государства. Российская государственность и специфика ее правового обеспечения. Гражданское общество: сущность, происхождение, развитие. Основные теории. Правовое государство и гражданское общество. Проблема формирования гражданского общества в России: особенности становления.
6	Политическая система общества	Системный подход к определению власти. Понятие и пределы политической системы. 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. 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. Типы политических систем: критерии типологизации. Классификация Г. Алмонда, Ж. Блонделя. Политический режим: определение, структура и признаки. Соотношение «политическая система» и «политический режим». Типология политических режимов. Тоталитарный, авторитарный и демократический политические режимы: сравнительная характеристика. Демократия как форма власти. Общие принципы демократии. Теории демократии. Плюралистическая демократия: сущность и общие черты. Сонсоциативная демократия. Прямая и представительная демократия: плюсы и минусы.
7	Политические идеологии	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. 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. 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. 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. 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. Политические идеологии в современной России: трудности формирования.
8	Политическая культура	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. 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. 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. 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. Специфика отношений между политической культурой и политической системой. Особенности и перспективы развития политической культуры современной России.
9	Субъекты политики	Понятие субъектов политики. Конструктивный и деструктивный характер деятельности субъекта политики. Основные виды субъектов политики. 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. Типология групп интересов. Аномические и институциональные, одноцелевые и многоцелевые, неассоциативные и ассоциативные группы интересов. Предпринимательские союзы и объединения. Профсоюзы. Благотворительные фонды. 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. 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. 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.
10	Политические партии и их виды	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. Партийные системы: критерии классификации. Институционализация политических партий. Однопартийные и многопартийные системы. 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. Партии и политические движения в современной России. Становление многопартийности.
11	Избирательные системы	Основные характеристики института выборов. Определение избирательного процесса. Основные исторические этапы развития избирательного процесса. Эволюция избирательного бюллетеня. Типология избирательных систем: мажоритарная, пропорциональная, смешанная. Принципы регламентации и организации избирательных кампаний. Требования к кандидатам на выборах. Выборы в Российской Федерации.
12	Современные политические процессы в России и мире	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. 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.

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	1. Специфика предмета политологии. 2. Место политологии в системе социально-гуманитарного знания. 3. Основные методы политических исследований. 4. Основные политические науки.
2.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	1. Политическая мысль Древнего Востока. 2. Политическая мысль в эпоху античности. 3. Политическая мысль в Средние века. 4. Политическая мысль в эпоху Возрождения и в Новое время. 5. Развитие политической мысли в России. 6. Основные современные политические учения.
3.	Тема 4. Политическая власть	1. Основные подходы к определению понятия политической власти. 2. Универсальные и специфические черты политической власти 3. Типология политической власти. 4. Легальность и легитимность политической власти. 5. Понятие суверенной власти.
4.	Тема 5. Государство и его признаки	1. Различные подходы к определению понятия государства. 2. Основные теории происхождения государства. 3. Общие признаки государства. 4. Внутренние и внешние функции государства. 5. Формы государственного правления и их характеристики. 6. Формы государственного территориального устройства и их характеристики.
5.	Тема 6. Политическая система общества	1. Понятие политической системы. 2. Основные теоретические подходы к анализу политической системы. 3. Типология политических систем. 4. Политические режимы и их характерные черты.
6.	Тема 7. Политические идеологии	1. Природа политической идеологии и ее предназначение. 2. Либерализм как политическая идеология 3. Консерватизм как политическая идеология 4. Социализм как политическая идеология. 5. Фашизм как политическая идеология. 6. Другие значимые идейно-политические течения прошлого и современности: феминизм, анархизм, экологизм, коммунитаризм, антиглобализм и др.

7.	Тема 8. Политическая культура	1. Понятие и характерные черты политической культуры. 2. Основные компоненты политической культуры. 3. Определение, структура и функции политического сознания. 4. Типология политических культур.
8.	Тема 9. Субъекты политики	1. Понятие субъектов политики и их основные виды. 2. Группы интересов как субъекты политики. 3. Политические движения и организации как субъекты политики. 4. Понятие и черты политических элит. 5. Политическое лидерство и его роль в политической жизни. 6. Политические партии как субъекты политики
9.	Тема 12. Современные политические процессы в России и мире	1. Понятие и субъекты мирового политического процесса. 2. Глобальные вызовы и проблемы современности. 3. Геополитический статус России в современном мире. 4. Актуальные политические проблемы современной России.

Выборная тематика *самостоятельных работ*:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Политология как научная дисциплина	Используя рекомендованную литературу, подобрать не менее трёх определению политологии и проанализировать различные подходы к определению специфики предмета политической науки. Проанализировать основные методы политических исследований и представить результат в виде таблицы, содержащей следующие подпункты: «Метод», «История появления и развития», «Современные возможности применения», «Достоинства», «Недостатки».
1.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	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 общий вывод о вкладе данного исследователя в развития политической мысли.
2.	Тема 3. Политика как общественное явление	Ознакомьтесь с работой М. Вебера «Политика как призвание и профессия» и подготовьте ответы на следующие вопросы: Что следует понимать под политикой? Политика в широком и узком смысле. Что следует понимать под государством? Три типа оснований легитимности, их характерные

		черты. Личный штаб управления и средства установления его подчинения. Что М. Вебер понимает под «отделением» штаба управления от вещественных средств предприятия? Кого М. Вебер называет политиками «по случаю»? Кого М. Вебер называет политиками «по совместительству»? Способы реализации политики как профессии. Основные исторические типы «профессиональных политиков». Характеристика деятельности «профессиональных политиков» в Англии, США, Германии. Какими качествами, по мнению М. Вебера, должен обладать политик? Каково отношение между этикой и политикой?
1.	Тема 4. Политическая власть	Подготовьте эссе, посвященное раскрытию содержания одного из теоретических подходов к исследованию природы власти. В качестве рассматриваемых подходов могут быть выбраны следующие: Власть как подчинение (М. Вебер). Власть как символическое средство социальной коммуникации (Т. Парсонс, К. Дойч). Власть как сублимация подавленного влечения (З. Фрейд). Власть как способность достижения целей (Б. Рассел). Бихевиористская трактовка власти (Г. Лассуэлл).
1.	Тема 5. Государство и его признаки	1. В таблице проанализируйте основные формы политического правления и их характерные признаки. Приведите несколько на каждую выделенную форму правления. 2. В таблице проанализируйте основные формы территориально-государственного устройства. Приведите несколько примеров на каждую выделенную форму территориально-государственного устройства.
3.	Тема 6. Политическая система общества	Политические режимы и их виды 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 примеры государств, сделан вывод о достоинствах и недостатках рассмотренного режима.
4.	Тема 7. Политические идеологии	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.
2.	Тема 8. Политическая культура	1. Используя рекомендованную литературу, подобрать и проанализировать не менее трех определений

		политической культуры. 2. На основе рекомендованной литературы выделить основные элементы политической культуры и дать им краткую характеристику.
3.	Тема 9. Субъекты политики	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.
1.	Тема 10. Политические партии и их виды	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. План доклада-презентации: 1. Название партии. 2. Партийная символика. 3. Структура партии. 4. Устав партии. 5. Партийная программа.
2.	Тема 11. Избирательные системы	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: Принципы проведения в РФ выборов и референдума. Всеобщее избирательное право и право на участие в референдуме (кто имеет и не имеет право избирать и быть избранным). Порядок избрания Президента РФ и требования Конституции. Порядок избрания Государственной Думы и требования Конституции. Порядок проведения референдума в РФ.
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.

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)	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.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции	Возможные формы оценочных средств по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
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:	политическая социология политическая психология политическая философия политология	4
SingleSelection	Среди других наук, исследующих политические отношения, своеобразие политологии заключается в том, что все социальные явления и процессы она рассматривает через феномен:	политической партии социальных классов государства политической власти	4
SingleSelection	Важнейшими функциями политологии являются:	теоретическая, эмпирическая, прикладная психологическая, системная, институциональная познавательная, прогностическая, теоретическая, политической социализации	3
MultipleSelection	Категории политологии это	культура; политические партии; лобби; государство; социализация; интересы и потребности; политическая система; политические идеологии; лидер и лидерство;	2,3,4,7,8,10,11, 12

		политические элиты; политические режимы; политические технологии; нормы и ценности.	
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 нижестоящий 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 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		67-87
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. Политология : учебное пособие / под редакцией В. М. Капицына [и др.]. — 5-е изд., стереотип. — Москва : Дашков и К, 2022. — 596 с. — ISBN 978-5-394-04773-2. —

Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277460> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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. 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.
3. 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: Специали-тет). - ISBN 978-5-16-016548-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1178790>. – Режим доступа: по подписке.
4. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 университет 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

«Разработка и реализация коммуникационной стратегии»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026

Лист согласования

Составитель: Щекина Ивета Альбертовна, кандидат филол. наук, доцент, Робустова Валерия Сергеевна

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Разработка и реализация коммуникационной стратегии»
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: «Разработка и реализация коммуникационной стратегии».

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в организациях, освоением и применением различных технологий с учетом сфер деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о понятиях «бизнес-цели», «маркетинговые цели», «медийные цели» компании;
- научиться определять стратегию информационной политики компании в зависимости от сферы деятельности, масштаба компании, её целей и задач;
- освоить технологии проведения коммуникационного аудита, конкурентного анализа, формирования креативной и медийной стратегии.

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 Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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.	Знать: - основные принципы работы с источниками информации и методы её сбора. Уметь: выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для контента темы. Владеть: методикой поиска и оценки информационных поводов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направление «Управление коммуникациями в политике и бизнесе». Предметная направленность определяет специфику курса, включающего цикл лекций по стратегической информационной работе коммерче-

ских, некоммерческих, государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения. Рассматриваются процедуры, методы, формы профессиональной работы, коммуникативные основы в связях с общественностью, особенности проведения коммуникационного аудита, конкурентного анализа, формирования креативной и медийной стратегий.

Теоретические знания, полученные студентами в процессе освоения дисциплины, могут стать основой для применения и развития профессиональных навыков в практико-ориентированных проектах. В практическом плане курс позволит студентам овладеть навыками и приемами, которые помогут скоординировать процесс организации деятельности в сфере связей с общественностью, повлиять на эффективность корпоративной работы, направленной на формирование имиджа организации.

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 практические занятия и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия	Основные тренды коммуникационного продвижения. Бизнес-стратегия. Маркетинговая стратегия. Фазы построения коммуникационной стратегии. Дерево целей. Базовые правила построения целей. STP-модель выстраивания коммуникаций.
2	Информационная политика компании	Информационная политика как стратегия компании и документ. Цели, задачи и функции информационной политики. Основные принципы формирования информационной политики. Способы внедрения компании в работу компании. Ошибки при разработке и использовании информационной политики.
3	Факторы, определяющие коммуникационную стратегию	Цели и задачи компании. Особенности местного профессионального рынка. Особенности регионального рынка. Личности: руководители компаний и PR-специалисты. Бюджет. KPI. Особенности целевой аудитории. Сфера функционирования.

4	Коммуникационный аудит	Проблемы, которые помогает решить коммуникационный аудит. Цели коммуникационного аудита. Аудит внешних коммуникаций. Аудит внутренних коммуникаций. Методы и приёмы анализа. Значение коммуникационного аудита для стратегического развития.
5	Конкурентный анализ	Проблемы, которые помогает решить конкурентный анализ. Цели конкурентного анализа. Методы и приёмы анализа.
6	Формирование контент-стратегии	Пирамида бренда. Медийная и креативная стратегии. Контент-маркетинг. Структура контента. Виды контента. Контент-план и график размещения: специфика формирования.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *лекционных* занятий:

Тема 1. Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия

Тема 2. Информационная политика компании

Тема 3. Факторы, определяющие коммуникационную стратегию

Тема 4. Коммуникационный аудит

Тема 5. Конкурентный анализ

Тема 6. Формирование контент-стратегии

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия: Встречи с практиками. Анализ кейсов по разработке коммуникационной стратегии для конкретных компаний.

Тема 2. Информационная политика компании: Обсуждение документа «Коммуникационная политика компании» на примере разных компаний.

Тема 3. Факторы, определяющие коммуникационную стратегию: Семинар. Просмотр фрагментов фильмов, видеозаписей проведения мероприятий, посвящённых решению конкретных маркетинговых и коммуникационных задач компаний.

Тема 4. Коммуникационный аудит: Подготовка студентами коммуникационного аудита по заданному образцу, анализ и обсуждение проделанной работы.

Тема 5. Конкурентный анализ: Определение конкурентов конкретной компании, расстановка приоритетов, поиск референсов, разработка и/или корректировка коммуникационной стратегии в связи с полученными результатами.

Тема 6. Формирование контент-стратегии: Составление контент-планов, графиков размещения контента на конкретный срок, разработка идей конкретных видов контента.

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.

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
Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия	ОПК-1	Практическое задание Контрольная работа

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Информационная политика компании	ОПК-1	Практическое задание Контрольная работа
Факторы, определяющие коммуникационную стратегию	ОПК-1	Практическое задание, контрольная работа
Коммуникационный аудит	ОПК-1	Практическое задание, контрольная работа
Конкурентный анализ	ОПК-1	Практическое задание Контрольная работа
Формирование контент-стратегии	ОПК-1	Практическое задание, 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

Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Практическое задание
Контрольная работа

Комплект заданий для контрольной работы

Задание 1. Изучить предложенный кейс.

1. Определить бизнес- и маркетинговые цели предложенного проекта
2. Целевые аудитории
3. Сформулировать основное коммуникационное послание (позиционирование; рациональное, эмоциональное, эмпирическое)
4. Сформировать план вхождения в информационное поле (3-5 пунктов)

Задание 2. Проанализировать информационную политику предложенной компании и проанализировать на предмет соответствия целям и задачам компании, сфере функционирования, целевой аудитории.

Перечень практических заданий

- 1) провести конкурентный анализ с рекомендациями по тому, что можно позаимствовать, каких ошибок не совершать, как сформировать уникальность и отстроиться таким образом от конкурентов;
- 2) осуществить коммуникационный аудит с выявлением сильных инфоповодов, неудачных форматов, привлекательных тем и персон, формированием коммуникационного месседжа;
- 3) создать аватар целевой аудитории с рекомендациями того, что бренд должен сказать потребителю, чтобы достичь целей, через какие каналы коммуникации говорить с потребителем;
- 4) сформировать медийную стратегию (медиакарту с проработкой основных каналов информирования целевой аудитории) - не только СМИ;
- 5) сформировать креативную стратегию;
- 6) создать контент-план на конкретный период для решения конкретной задачи.

Перечень тестовых заданий

"Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям)".

1) Закрытые тестовые задания:

ЗАДАНИЕ 1. Что является объектом коммуникационной кампании?

- схема воздействия на СМИ;
- сознание и поведение ЦА;
- **место проведения коммуникационной кампании;**
- сроки проведения коммуникационной кампании.

ЗАДАНИЕ 2. Коммуникационный бриф – это:

- документ, структура которого разработана Ассоциацией Коммуникационных Агентств России, его нельзя трансформировать;
- формальный документ, который можно не заполнять, если агентство выполняло ранее заказы клиента;
- **документ с универсальной структурой, которую каждое агентство адаптирует под себя;**
- аналог договора, если заказчик работает с индивидуальным предпринимателем

ЗАДАНИЕ 3. Мультимедийность по определению – это...

- (1) использование нескольких медиа**
- (2) использование музыки
- (3) использование компьютера
- (4) использование Интернета

ЗАДАНИЕ 4. Профилирование базы данных клиентов означает

- (1) периодический прозвон клиентов**
- (2) периодическую смену СУБД
- (3) периодическую смену ответственного за БД лица

ЗАДАНИЕ 5. Коммуникационный канал искажает информацию

- (1) никогда
- (2) иногда
- (3) всегда**

ЗАДАНИЕ 6. Непосредственное проведение маркетингового опроса называется

- (1) поле**
- (2) выбор
- (3) выборка
- (4) беседа

ЗАДАНИЕ 7. Маркетинговые коммуникации

- (1) часть promotion**
- (2) не являются promotion
- (3) и есть весь promotion

ЗАДАНИЕ 8. Ситуация с идеальными условиями коммуникации - это

- (1) личная беседа в переговорной комнате**
- (2) доклад на конференции
- (3) выставочный стенд

ЗАДАНИЕ 9. При проведении маркетинговых исследований выборка обязательно должна быть

- (1) **стратифицированной**
- (2) квотной
- (3) репрезентативной
- (4) сопоставимой

ЗАДАНИЕ 10. Проблема современных маркетинговых коммуникаций заключается:

- (1) **уменьшении их потребления**
- (2) увеличении их потребления
- (3) повышении их популярности

ЗАДАНИЕ 11. Пусть на вход воронки продаж поступило 1000 человек. Товар приобрели 50 из них. Тогда conversion rate составляет

- (1) **0.05**
- (2) 50000
- (3) 20

ЗАДАНИЕ 12. Выбор рекламной компании с хорошим имиджем и репутацией

- (1) освобождает фирму от участия в творческом процессе
- (2) **не освобождает фирму от участия в творческом процессе**
- (3) гарантирует хороший результат

ЗАДАНИЕ 13. В маркетинговых коммуникациях канал передачи информации - это

- (1) **носитель информации в физическом смысле**
- (2) **способ передачи информации**
- (3) только носитель информации в физическом смысле

ЗАДАНИЕ 14. Из нижеперечисленных видов маркетинговых коммуникаций наибольший охват обеспечивает

- (1) **реклама**
- (2) конференция
- (3) вебинар

ЗАДАНИЕ 15. Использование привычки людей делиться заинтересовавшей их информацией с окружающими - суть

- (1) тизер-приемов
- (2) **вирусного маркетинга**
- (3) рекламы
- (4) электронной почты

ЗАДАНИЕ 16. Lead generation - это

- (1) **формирование круга потенциальных клиентов**
- (2) количество клиентов, заключивших контракт с фирмой
- (3) формирование заинтересованности клиента

ЗАДАНИЕ 17. Каналы МК, идущие в обход коммуникационных барьеров, - это

- (1) **reference**
- (2) **мнение авторитета**
- (3) выставка
- (4) реклама

ЗАДАНИЕ 18. Мифы бывают

- (1) **исторические**
- (2) **социо-культурные**
- (3) избыточные

ЗАДАНИЕ 19. Пусть на вход воронки продаж поступило N клиентов. На выходе приобрели товар m . Тогда conversion rate определяется как

- (1) отношение N/m
- (2) произведение m и N
- (3) **отношение m/N**

ЗАДАНИЕ 20. На этапе появления товара основная задача маркетинговых коммуникаций

- (1) обеспечить информационную поддержку в точках продаж
- (2) **максимально быстро и широко заявить о товаре**
- (3) создать положительный образ компании

ЗАДАНИЕ 21. Наличие большого количества информационных сообщений в канале приводит к

- (1) изменение смысла информации
- (2) **ослаблению информации**
- (3) усилению информации

ЗАДАНИЕ 22. В задачи маркетинговых коммуникаций входит

- (1) **формирование осведомленности о компании/товаре**
- (2) **формирование первичного отношения к компании/товару**
- (3) разрушение кругов отсечения

2) Открытые тестовые задания:

ЗАДАНИЕ 1. Прямые коммуникации - это коммуникации

- (1) **от человека к человеку**
- (2) от бренда к бренду
- (3) посредством рекламы
- (4) посредством каталогов

ЗАДАНИЕ 2. Согласно правилу Парето 20 процентов клиентов обеспечивают

- (1) 20 процентов объема продаж
- (2) 50 процентов объема продаж
- (3) **80 процентов объема продаж**

ЗАДАНИЕ 3. Марки или бренды, приверженность которым имеет сильную эмоциональную составляющую, называются

- (1) лавмарки
- (2) супербренды
- (3) тренды

ЗАДАНИЕ 4. Информация "вокруг продукта" наиболее необходима при работе на

- (1) B2A-рынке
- (2) **B2B-рынке**
- (3) B2C-рынке

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ЗАДАНИЕ 13. Компании А и Б - конкуренты. Компания А присылает значимый информационный повод. Издание публикует по указанному поводу и комментарий компании Б. Определите, для соблюдения какого принципа это делается.

Ответ: принцип объективного показа поля

ЗАДАНИЕ 14. На остановке общественного транспорта по громкоговорителю транслируется реклама недавно открывшегося кафе. Парень, ожидающий транспорт, слушает плеер. Определите, из-за какого действия рекламное сообщение не было услышано.

Ответ: действие механического барьера

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) тестовые задания:

☐ средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

☐ повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

☐ средний уровень сложности:

• 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);

• 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;

• 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

– собеседование по экзаменационным билетам (содержащим два вопроса из списка вопросов подготовки к экзамену).

Перечень вопросов к экзамену

1. Информационная политика компании.
2. Бизнес и маркетинговая стратегия в процессе формирования коммуникационной стратегии.
3. Дерево целей, значение для коммуникационной стратегии.
4. Факторы, влияющие на коммуникационную стратегию. 5. Фазы построения коммуникационной стратегии. 6. STP-модель выстраивания коммуникаций.

7. Значение коммуникационного аудита для стратегического развития.
8. Конкурентный анализ, значение для коммуникационной стратегии.
9. Пирамида бренда.
10. Медийная и креативная стратегии.
11. Контент-маркетинг.
12. Структура контента.
13. Виды контента.
14. Контент-план и график размещения: специфика формирования.

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	удовлетворительно		55-70

		контролируемого материала			
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

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

Основная литература

- 1.
2. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 406 с. - ISBN 978-5-394-05308-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2082721>– Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Воскресенская, Н. Г. Контент-анализ в медиакommunikациях : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. — 45 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144958>
2. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект : монография / Т. Э. Гринберг. — Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2012. — 324 с. — ISBN 978-5-211-06399-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114569>.
3. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина ; под общ. ред. проф. С. М. Емельянова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1811-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172466>. – Режим доступа: по подписке.
4. Коммуникационный менеджмент: теория и практика практика : всероссийская научно-практическая конференция молодых исследователей в сфере связей с общественностью «Коммуникационный менеджмент : теория и практика»; 20 мая 2022 года, 19 мая 2023 года : сборник материалов ; Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС. – Волгоград : Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2024. - 60 с. - ISBN 978-5-7786-0895-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2223427>. – Режим доступа: по подписке.
5. Кужелева-Саган, И. П. Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста : учебное пособие / И. П. Кужелева-Саган, Н. А. Сучкова. — Томск : ТГУ, 2017. — 70 с. — ISBN 978-5-94621-691-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/112906>.
6. Марочкина, С. С. Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Сочи : СГУ, 2019. — 66 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147831>.

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«СМИ в системе политических коммуникаций»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., старший преподаватель

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 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.	Знать: - 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; Уметь: - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия со СМИ; Владеть: - 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 направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа «Управление коммуникациями 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 практические занятия, и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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 рилейнз в системе идеологического воздействия. СМИ и современные технологии организации избирательных кампаний и информационного воздействия на аудиторию. Манипулятивный потенциал СМИ. Социально-психологические последствия медиатехнологий. Социальная anomia. 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 внешне-политических 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 медиадеятельности

		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 внешне-политических 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 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.

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. 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 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	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, си-	хорошо		71-85

	широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	стематизировать, анализировать 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. СМИ в политическом процессе : учебно-методическое пособие / Р. С. Мухаметов, Н. И. Сивкова, А. В. Гайсина [и др.] ; под общ. ред. Р. С. Мухаметова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 112 с. – Библиогр.: в конце тем. – 30 экз. – ISBN 978-5-7996-2948-9. – Текст : непосредственный. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/82560/1/978-5-7996-2948-9_2020.pdf.

Дополнительная 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. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

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 № 5 от «04» марта 2026 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.	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), 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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.).	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. Образование РСФСР. «Чрезвычайное» законодательство: цели создания, воздействие на функционирование и эволюцию государственного аппарата. Создание чрезвычайные органы: военревкомы, ревкомы, комбеды. Основные положения Конституции 1918 года. Период гражданской войны: начало формирование однопартийной политической системы, слияние партийного и государственного аппарата, внедрение командно-административных методов управления обществом. Образование СССР. Конституция СССР 1924 г.: основные положения. Высшие органы государственной власти и управления: Съезды Советов СССР, ЦИК, СНК. Избирательная система. Центральные органы управления народным хозяйством, социально-культурным строительством. «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. 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. 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 1946-1947 гг. 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. 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 системы, необходимость реформирования. 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. Движение за государственный суверенитет в союзных и автономных республиках СССР.
3	Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг.	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, Правительство РФ, Съезд народных депутатов и Верховный Совет РФ, Конституционный Суд РФ, Верховный Суд РФ, Высший Арбитражный Суд РФ. 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. Основные принципы федерации: мировой и российский опыт. Асимметричная федерация. Административно-территориальное деление РФ.
4	Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.	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. Центральная избирательная комиссия РФ. Организация президентских выборов и выборов депутатов Государственной Думы. 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. Государственный Совет: компетенция, состав, деятельность. 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. Судебная система Российской Федерации: общая характеристика, основные новации. Генеральная прокуратура РФ и подведомственные органы: особенности устройства, специфика задач, место в государственном аппарате. 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. Новый порядок избрания высшего должностного лица субъекта РФ. Двойное подчинение в системе исполнительной власти. Перспективы развития российской государственности.
5	Механизмы разработки государ-	Определение и выбор государственных приоритетов.

	ственной политики в Российской Федерации.	Показатели качества жизни. Экологическое благополучие. Ежегодное послание Президента. Доктрины, концепции и приоритеты по различным направлениям развития страны. Государственное прогнозирование. Механизмы государственного прогнозирования. Общегосударственное планирование и федеральные целевые комплексные программы. Классификации целей и механизм постановки проблемы. Классификация, оценка и реализация решений. Ответственность за реализацию решений и органы государственного контроля. 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.
6	Избирательные системы современной России.	Значение избирательной системы для политического развития. Роль выборов в политическом развитии современной России. Характер выборов в современной России и их роль в политическом развитии. Межпартийная конкуренция и выборы. Смена партийных идеологических ориентаций в процессе межпартийной конкуренции. Цели политических партий в условиях парламентской системы.
7	Специфика государственного менеджмента в РФ	Понятие государственного менеджмента. Государственный менеджмент как необходимое условие государственного управления. Новая аграрная политика. Транспортная система в России как фактор целостности и безопасности страны. 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.
8	Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	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. Развитие местного самоуправления (МСУ) в территориальных образованиях РФ. Принципы организации МСУ в Российской Федерации. Состав и функции органов территориального самоуправления. 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.

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. 5. Правительство РФ, система федеральных органов исполнительной власти, реформа федеральных органов исполнительной власти 2004 г. 6. Основы судебной системы Российской Федерации. 7. Федеративное устройство Российской Федерации. Система и

		принципы организации государственных учреждений в субъектах. 8. Органы местного самоуправления.
4	Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации.	1. Понятие и подходы к изучению управленческих решений. 2. Разработка управленческих решений в условиях риска. 3. Эффективность управленческих решений.
5	Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации.	1. Понятие государственного управления. 2. Органы государственной власти. 3. Система государственной службы. 4. Государственное управление и государственная служба за рубежом.
6	Избирательные системы современной России.	1. Функции выборов в демократическом государстве. 2. Общие принципы демократической организации выборов. 3. Российская традиция проведения выборов. 4. Исследования российский выборов. 5. Участники избирательного процесса. 6. Основные стадии избирательного процесса. Особенности избирательного процесса в условиях различных избирательных систем: мажоритарной, пропорциональной, смешанной и консенсусной.
7	Специфика государственного менеджмента в РФ	1. Определения политического менеджмента, государственного и политического управления. 2. Теории политических организаций. 3. Технологии политического управления.
8	Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.	1. Понятие и признаки местного самоуправления. 2. Теории местного самоуправления. 3. Модели организации местного самоуправления за рубежом.

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	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 власти-тель является одновременно сувереном государства и его собственником"? Согласитесь ли вы с мнением Р. Пайпса? 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? 3. Определите, какая форма правления присуща по приведенным описаниям, трем разным странам. а) В Германии законодательная власть представлена двухпалатным парламентом (Бундестаг и Бундесрат). Глава государства - президент. Правительство формируется на основе парламентского большинства. б) В Азербайджане законодательная власть представлена однопалатной Национальной ассамблеей из 125 человек. Правительство в виде Совета министров назначается президентом и утверждается Национальной ассамблеей. 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. 4. Объясните, что такое <i>конфедерация</i> . Приведите известные вам примеры конфедераций. Можно ли считать конфедерацией Европейский Союз (ЕС) и почему?
2	Особенности организации	Изучить главу «Исторический аспект теории государственного управле-

	государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.).	ния» 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.	1. В чем выражаются конституционные основы организации и деятельности органов государственной власти субъектов РФ? 2. В чем состоит общая характеристика органов законодательной (представительной) власти в субъектах РФ? 3. В чем состоит общая характеристика органов исполнительной власти субъектов РФ? 4. Каковы модели разделения властей в субъектах Российской Федерации? 5. Каковы основные формы взаимодействия органов законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти
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.	Задания: 1. Как вы считаете, гарантируют ли выборы демократическое развитие страны? Обоснуйте свое мнение. 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? 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: · считать Президента России избранным; · считать Президента России неизбранным; · другое решение (обосновать).
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.	Подготовить презентации по темам: 1) Общественная теория местного самоуправления. 2) Хозяйственная теория местного самоуправления. 3) Государственная теория местного самоуправления. 4) Коммунитаристская теория местного самоуправления.

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.

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 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 (1917-1990 гг.).	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 ме-	ПК-4	Опрос, контрольная работа

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
неджмента в РФ		
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) особенные
- 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 соблюдать 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	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать	отлично	зачтено	86-100

		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 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. Захаров, В. М. Государственная и муниципальная служба : учебное пособие / В. М. Захаров, Е. В. Качурова. — Белгород : НИУ БелГУ, 2025. — 86 с. — ISBN 978-5-9571-3778-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/501677>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Политология : учебник / Г. В. Морозова, А. Б. Баранникова, М. В. Буланов, Э. И. Гайсина. — Казань : КФУ, 2013. — 384 с. — ISBN 978-5-00019-109-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72866>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная 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. - ISBN 978-5-16-014662-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996121>– Режим доступа: по подписке. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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 университета 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 методы социологического анализа»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., доцент.

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Современные методы социологического анализа»
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: «Современные методы социологического анализа»

Цель и задачи освоения дисциплины – формирование у обучающихся системных знаний о современной методологии социологических исследований и навыков применения количественных и качественных методов анализа данных для решения стратегических задач в сфере политических и бизнес-коммуникаций.

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.	Знать: – Классификацию современных социологических методов (количественные, качественные, смешанные). – Принципы репрезентативности выборки и статистической значимости. – Этические и правовые нормы проведения исследований. Уметь: – Проектировать дизайн социологического исследования под конкретную бизнес- или политическую задачу. – Использовать ПО для обработки данных. – Интерпретировать результаты анализа в контексте коммуникационной стратегии. Владеть: – Навыками разработки инструментария исследования (анкеты, гайды). – Техниками глубинного интервью и модерации фокус-групп. – Методами презентация данных для стейкхолдеров.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Современные методы социологического анализа» является частью основной образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.04.02 «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), 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	Методология современного социологического исследования в коммуникациях	Основные понятия: Парадигмы социологического знания, проблема объективности, валидность и надежность. Специфика социальных исследований в эпоху постправды и цифровизации. Отличие академического исследования от прикладного маркетингового/политического консалтинга.
2	Количественные методы: от дизайна к анализу	Основные понятия: Выборка (вероятностная и невероятностная), анкетирование (online/offline), шкалирование. Кризис телефонных опросов, репрезентативность онлайн-панелей, борьба с ботами и накрутками.
3	Качественные методы: глубинное понимание аудиторий	Основные понятия: Фокус-группы, глубинные интервью, кейс-стади, включенное наблюдение, netnography (сетевая этнография). Субъективность интерпретации, роль модератора, этика скрытого наблюдения в соцсетях.
4	Анализ текстов и медиаданных (Контент-анализ и дискурс-анализ)	Основные понятия: Единицы анализа, категории кодирования, частотный анализ, семантический анализ. Автоматизированный контент-анализ, использование нейросетей для обработки больших массивов текста, анализ тональности.
5	Визуализация данных и принятие решений	Основные понятия: Дашборды, инфографика, корреляционный и регрессионный анализ (базовый уровень). Манипуляции в визуализации данных, адаптация сложных данных для непрофессиональной аудитории.

6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика *лекционных* занятий:

1. Методология современного социологического исследования в коммуникациях
2. Количественные методы: от дизайна к анализу
3. Качественные методы: глубинное понимание аудиторий
4. Анализ текстов и медиаданных (Контент-анализ и дискурс-анализ)
5. Визуализация данных и принятие решений

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1. Практикум: Расчет объема выборки, конструирование анкеты в сервисе.
2. Разработка гайда для глубинного интервью, проведение мини-интервью.
3. Ручное и автоматизированное кодирование медиатекстов по заданным критериям.
4. Создание отчета по результатам исследования с рекомендациями для коммуникационной кампании.

Требования к *самостоятельной* работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины выдаются на практических занятиях.

Мониторинг законодательства: Анализ изменений в ФЗ-152 «О персональных данных» и методических рекомендациях Роскомнадзора по обезличиванию данных за последний год.

Аналитическая справка: Подготовка обзора одного современного социологического исследования (российского или международного), опубликованного в открытых источниках, с критической оценкой методологии.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические 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 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
Методология современного социологического исследования.	ОПК-4	Устный опрос / Тестирование
Количественные методы сбора и анализа данных.	ОПК-4	Контрольная работа (письменная)
Качественные методы исследования	ОПК-4	Ролевая игра / Симуляция. Подготовка аналитической справки
Анализ текстов и медиаданных (Контент-анализ и дискурс-анализ)	ОПК-4	Проектная работа
Визуализация данных и принятие решений	ОПК-4	Проектная работ

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 промежуточного контроля:

1. В контексте ФЗ-152 «О персональных данных», какое действие исследователь обязан совершить до начала сбора первичных данных через онлайн-анкету, содержащую вопросы о ФИО и e-mail респондента?

- А) Уведомить Роскомнадзор за 3 дня до начала опроса
- Б) Получить явное согласие субъекта персональных данных на их обработку
- В) Опубликовать результаты опроса в открытом доступе
- Г) Зашифровать данные методом RSA
- Д) Обратиться в этический комитет университета за разрешением

Правильный ответ: Б) Получить явное согласие субъекта персональных данных на их обработку

2. Какой метод качественного исследования наиболее целесообразно использовать для изучения глубинных мотиваций потребителей при выборе премиального бренда одежды, когда важно понять индивидуальный опыт и жизненные истории респондентов?

- А) Массовый телефонный опрос
- Б) Глубинное неформализованное интервью
- В) Контент-анализ печатной прессы
- Г) Включенное наблюдение в торговом зале
- Д) Экспертный опрос методом Дельфи

Правильный ответ: Б) Глубинное неформализованное интервью

3. Что характеризует показатель «надежность» социологического инструментария?

- А) Способность метода измерять именно то, что задумано исследователем
- Б) Устойчивость результатов измерения при повторном проведении исследования в

аналогичных условиях

- В) Репрезентативность выборки по полу и возрасту
- Г) Стоимость проведения полевого этапа исследования
- Д) Соответствие исследования требованиям законодательства РФ

Правильный ответ: Б) Устойчивость результатов измерения при повторном проведении исследования в аналогичных условиях

4. Какой тип шкалы позволяет не только ранжировать объекты, но и утверждать, что разница между значениями 2 и 4 равна разнице между значениями 6 и 8 (имеется равноудаленный интервал), но не имеет абсолютного нуля?

- А) Номинальная шкала
- Б) Порядковая шкала
- В) Интервальная шкала
- Г) Шкала отношений
- Д) Номинально-порядковая шкала

Правильный ответ: В) Интервальная шкала

5. Установите правильную хронологическую последовательность этапов проведения количественного социологического исследования:

1. Обработка и статистический анализ данных
2. Разработка программы и гипотез исследования
3. Интерпретация результатов и подготовка отчета
4. Пилотажное исследование (апробация инструментария)
5. Сбор данных (полевой этап)

Правильный ответ: 2 – 4 – 5 – 1 – 3

6. Установите последовательность действий модератора фокус-группы в ходе проведения сессии:

1. Основная дискуссия по ключевым вопросам гайда
2. Приветствие, представление целей исследования, правила общения
3. Разминка (ice-breaking), знакомство участников
4. Завершение дискуссии, благодарность, вручение вознаграждения
5. Обсуждение проективных методик или глубоких тем

Правильный ответ: 2 – 3 – 1 – 5 – 4

7. Установите логическую последовательность процедур при проведении контент-анализа медиатекстов:

1. Интерпретация полученных статистических данных
2. Определение объекта и предмета анализа, формирование выборки текстов
3. Кодирование текста (перенос информации на карточки/в таблицу)
4. Разработка системы категорий и единиц анализа
5. Подсчет частотности встречаемости единиц анализа

Правильный ответ: 2 – 4 – 3 – 5 – 1

8. Установите последовательность действий при обеспечении конфиденциальности данных в соответствии с этикой исследований:

1. Анонимизация данных (удаление прямых идентификаторов) перед передачей аналитику
2. Получение информированного согласия респондента
3. Хранение данных на защищенном сервере с ограниченным доступом
4. Уничтожение первичных данных (аудиозаписей, анкет с ID) после завершения проекта (если не оговорено иное)

Правильный ответ: 2 – 1 – 3 – 4

9. Установите соответствие между типом шкалы и примером вопроса в анкете:

- А) Номинальная
 - 1) «Оцените качество обслуживания по шкале от 1 до 5»
 - Б) Порядковая
 - 2) «Ваш пол: М / Ж»
 - В) Интервальная
 - 3) «Расположите бренды в порядке предпочтения (1 – самый любимый, 3 – наименее любимый)»
 - Г) Шкала отношений
 - 4) «Сколько минут в день вы проводите в социальных сетях?»
- Правильный ответ: А–2; Б–3; В–1; Г–4

10. Установите соответствие между методом исследования и его основной целью в PR-деятельности:

- А) Медиаанализ (Контент-анализ)
 - 1) Выявление скрытых мотивов и барьеров восприятия бренда
 - Б) Опрос общественного мнения
 - 2) Оценка тональности упоминаний компании в СМИ и соцсетях
 - В) Глубинное интервью
 - 3) Измерение уровня узнаваемости бренда и лояльности аудитории
 - Г) Mystery Shopping (Тайный покупатель)
 - 4) Оценка качества сервиса и соблюдения стандартов коммуникации «в полях»
- Правильный ответ: А–2; Б–3; В–1; Г–4

11. Установите соответствие между нормативно-правовым актом/документом и его содержанием в контексте социологических исследований:

- А) ФЗ-152 «О персональных данных»
 - 1) Регулирует вопросы маркировки интернет-рекламы и отчетности
 - Б) Кодекс профессиональной этики социолога
 - 2) Требуется обезличивания данных и получения согласия субъекта
 - В) ФЗ-38 «О рекламе»
 - 3) Запрещает плагиат, фальсификацию данных и требует уважения к респонденту
 - Г) GDPR (для сравнения/международных проектов)
 - 4) Европейский регламент, устанавливающий жесткие требования к защите данных граждан ЕС
- Правильный ответ: А–2; Б–3; В–1; Г–4

12. Дайте определение понятию «Репрезентативность выборки».

Ответ: Репрезентативность выборки — это свойство выборочной совокупности точно воспроизводить (представлять) характеристики генеральной совокупности (пол, возраст, доход, установки и др.), что позволяет распространять выводы, полученные на основе выборки, на всю изучаемую совокупность с определенной степенью точности.

13. Дайте определение понятию «Валидность инструмента измерения».

Ответ: Валидность инструмента измерения — это степень соответствия методики измерения тому понятию (конструкту), которое предполагается измерить; показатель того, насколько точно инструмент измеряет именно то, что заявлено, а не какие-либо иные характеристики.

14. Дайте определение понятию «Фокус-группа».

Ответ: Фокус-группа — это качественный метод сбора социологической информации, представляющий собой групповое глубинное интервью (обычно 8–12 человек) под руководством модератора, направленное на выявление коллективных представлений, мнений, установок и динамики их изменения по определенной теме.

15. Дайте определение понятию «Big Data» (Большие данные) в контексте социальных и коммуникационных исследований.

Ответ: Big Data (Большие данные) — это обозначение сверхбольших массивов данных (структурированных и неструктурированных), характеризующихся большим объемом (Volume), высокой скоростью поступления (Velocity) и разнообразием форматов (Variety), которые трудно обрабатывать традиционными методами, но которые позволяют выявлять скрытые закономерности поведения аудиторий и тренды в реальном времени.

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Сравнительная характеристика количественных и качественных стратегий исследования.
2. Виды выборок в социологии: преимущества и недостатки.
3. Правовые аспекты сбора персональных данных в онлайн-исследованиях (требования ФЗ-152).
4. Методика проведения фокус-группы: этапы, роль модератора, анализ результатов.
5. Контент-анализ как метод изучения медиапотребления: количественный и качественный подход.
6. Big Data в социологии: возможности и ограничения для PR-специалиста.
7. Валидность и надежность социологического инструментария.
8. Этика социологического исследования: информированное согласие, конфиденциальность.
9. Интерпретация статистических данных: типичные ошибки корреляционного анализа.
10. Презентация данных заказчику.
11. Раскройте содержание программы социологического исследования.
12. Дайте определение понятиям: верификация, репрезентативность, валидность.
13. Классифицируйте виды социологического исследования в соответствии с параметрами масштаба и сложностью решаемых задач.
14. В чем заключается специфика интервьюирования как вида социологического опроса?
15. Раскройте содержание основных этапов проведения социологического исследования.

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

Основная литература

1. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования: учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 256 с. - ISBN 978-5-394-04957-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083236> – Режим доступа: по подписке.
2. Лубский, А. В. Методология социального исследования: учебное пособие / А.В. Лубский. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 154 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/23471. - ISBN 978-5-16-012467-4. - Текст:

электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1933154>. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Алексеёнок, А. А. Социология общественного мнения : учебное пособие / А. А. Алексеёнок, Ю. В. Каира, Е. К. Кондратова. – Орел : Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2023. - 294 с. – ISBN 978-5-93179-796-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2220765>– Режим доступа: по подписке.
2. 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.
3. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов: монография / А.А. Ефанов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665> – Режим доступа: по подписке.
4. Романова, И. В. Социологические методы исследования массмедиа : учебное пособие / И. В. Романова. — Чита : ЗабГУ, 2021. — 172 с. — ISBN 978-5-9293-2750-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/271832>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Лань»
- ЭБС «Айбукс»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

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 № 5 от «04» марта 2026 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.

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-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	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,	Знать основные формы сотрудничества со СМИ Уметь разрабатывать коммуникативные программы продвижения политических текстов в СМИ Владеть методами взаимодействия для совместной

циями и бизнес-структурами.	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.	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), 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации	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. 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. Методы разработки и формирования политических технологий: субъективный и аналитический, способы реализации: общенаучные, политологические, социологические, управленческие и др.
2	Тема 2. Технологии социально-политического анализа	Политический анализ как научная основа разработки и реализации политических технологий: особенности и подходы. Этапы процесса и объекты политического анализа. Event (событийный) и ситуационный анализ. Методы политического анализа: □ общие: системный, структурно-функциональный, институциональный, сравнительный, бихевиористский, социологический, нормативно-ценностный, антропологический, социокультурный; □ общелогические: анализ и синтез, индукция и дедукция, абстрагирование и восхождение от абстрактного к конкретному, сочетание исторического и логического; □ эмпирические: эксперимент, политический мониторинг, моделирование, опросы, наблюдения, контент-анализ, статистический, кибернетический, компьютерный, линейная, табличная и динамичная методика. Политическое консультирование: причины возникновения и задачи, основные формы и типы политического консультирования, основные этапы процесса, критерии эффективности.
3	Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов	Система предельно-критических и реальных показателей развития общества. Анализ политической ситуации как компонента политического процесса. Метод сценариев. 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. Моделирование политической реальности: понятие модели и классификация. Линейная и циклическая модели. Этапы политического моделирования. Значение политического анализа и прогноза для государственного и муниципального управления.
4	Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений	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. Технологические подходы к разработке политиче-

		ских решений: нормативный и поведенческий. Особенности государственного и муниципального управления как среды принятия решений. 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. Методы принятия политических решений: рационально-всеохватывающий, или корневой, метод ветвей, смешанно-сканирующий. Мероприятия или программа реализации политического решения. Планирование политического процесса. Контроль исполнения. Виды технологий реализации политических решений: популизм, элитизм, демократизм, радикализм. Механизм осуществления решений: доведение до исполнителей, ресурсы, организация, координация, контроль и ответственность.
5	Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	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. Механизм рационального управления развитием и функционированием политики, сочетающей централизацию с местным самоуправлением. Общественные 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 Интернета 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 web-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	1. Проанализировать текст «Специфика современного общества и роль социальных технологий» Ресурс доступа: http://www.pr-engineering.narod.ru/1_1_1.html 2. Проанализировать статью М.Г. Анохина «Политические технологии» и интервью с В.Л. Глазычевым «Технология и технологизация» Ресурс доступа: http://www.humanities.edu.ru/db/msg/51118 Ресурс доступа: http://www.shkp.ru/lib/archive/methodologies/technology/glazychev1
2	Технологии социально-политического анализа	Подготовить презентации на темы: 1) Парадигмы политического анализа 2) Основные уровни политического анализа Изучить работы: Симонов К.В. Политический анализ. М. «Логос», 2002. Туронок С.Г. Политический анализ. Курс лекций. М., «Дело», 2005. 1. Изучить материалы исследования теневой экономики в Калининградской области, проведенные по методу Дельфи, и выявить особенности применения данного метода в контексте исследования. 2. Изучить работы: 3. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Экспертные оценки. М., 2001. 4. Горелова В.Л. Мельникова Е.Н. Основы прогнозирования систем. М.: «Высшая школа», 2003
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	Ролевая игра Цель игры: получить навыки организации и проведения политических переговоров с позиции государственного служащего, закрепить знания, полученные на лекциях по данному предмету. 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». 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. 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 выберут его участники? Как будут общаться? Сумеют ли понять друг друга? Слушателям предстоит смоделировать переговоры представителей власти с лидерами партий и движений, прийти к какому-то соглашению, а затем отразить свое поведение и провести работу над ошибками.
5	Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	1. Определите типовую структуру Internet-страницы политического блока, партии. 2. Проанализируйте и сравните содержание серверов ведущих общественно-политических объединений России. 3. Определите особенности интерактивного общения представителей общественно-политических объединений с электоратом в периоды предвыборной кампании и между выборами. 4. Провести SWOT-анализ для предвыборной стратегии политической партии в Калининградской области.
6	Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации	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.
7	Политический процесс и Интернет-технологии в государственном управлении	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.
8	Технологии агитации и пропаганды в избирательном процессе	1. Приведите примеры наивного подхода в формировании стратегии избирательной кампании в России. 2. Приведите примеры программного подхода в формировании стратегии избирательной кампании в России. 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? 4. Почему в России никогда не был успешным аппаратный подход в формировании стратегии избирательной кампании? 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. 6. Приведите примеры избирательных кампаний в России, построенных на рекламном подходе. 7. Проанализируйте идеологию современных российских партий в соотношении с доминирующими стереотипами массового сознания. Заполните таблицу. 8. Приведите примеры применения типовой стратегии отождествления в избирательных кампаниях в России. 9. Приведите примеры эффекта «медового месяца» в избирательных кампаниях в России. 10. Приведите примеры реализации стратегии борьбы со стереотипом в избирательных кампаниях в России. 11. Приведите пример негативных избирательных кампаний в России.

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.

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 контроли-руемой 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-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 2. Технологии социально-политического анализа	ОПК-2, ПК-2	Опрос, контрольная работа
Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов	ОПК-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений	ОПК-2, ПК-2	Опрос, деловая игра
Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями	ОПК-2, ПК-2	Опрос, тестирование
Тема 6. Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации	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 в 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, ситуациях;
г) анализ завершённого 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:**
а) 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
 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**
- A. Информационные каналы.
 - B. Политические институты.
 - C. Коммуникационные центры.
 - D. Экономические структуры.
 - E. Интересы элит.
37. **Медиатизация политики это:**
- A. Становление СМИ в качестве посредников между государством и гражданским обществом.
 - B. Становление СМИ в качестве субъектов политического пространства.
 - C. 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 эффектным 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 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. 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. 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. Пропганда. М.: Карьера-Пресс, 2015.
2. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.
3. Бурдые П. О телевидении и журналистике. Пер. с фр. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

4. Бурдье П. Общественное мнение не существует// Пьер Бурдье. 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. 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.
8. Чалдини, Роберт. Психология влияния. Пер. с англ. СПб.: Питер, 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

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 № 5 от «04» марта 2026 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 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-1 Способен к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.1 Умеет анализировать 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.	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), 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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	Маркетингизация 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 техно-	Специфика политических технологий в киберпространстве. Блого-

	логии в Интернете	сфера 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.
1	Политический GR-менеджмент	Задачи политического GR-менеджера. Основные технологии GR-работы. Виды лоббизма в государственных органах власти.
2	1 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.
1	1 Политический GR-менеджмент	1. Принципы GR-менеджмента; 2. Примеры лоббистских групп; 3. Разработка GR-продвижения.
2	1 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	Маркетингизация 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.
1	Политический GR-менеджмент	1. Работа с литературой по теме; 2. Анализ успешной GR-кампании.
2	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. 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.

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
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, вырабатывать 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, вырабатывать стратегию действий	Опрос, деловые игры, технология моделирования ситуации
Политический	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодей-	Опрос, кейсы

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
имиджмейкинг и брендинг	действия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.	
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, вырабатывать стратегию действий	Опрос, проект

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в 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: _____

Первый этап. Создание дескриптивной модели (описание проблемы)	
Направление исследования	Параметры исследования
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
Второй этап. Создание экспликативной модели (объяснение причин проблемы)	
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
Третий этап. Сегментация политического рынка	
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	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. 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.
2. 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. Вилков А.А. Избирательные технологии: проблема эффективности и политических последствий // Власть. - 2003. - № 4
2. 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.
3. 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
4. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2012. - 317.
5. Ляпина Т. Современные избирательные технологии и театр политических теней. Руководство по постановке политических представлений. — Киев: Рыбари, 2009. — 399с.
6. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. М.: Русская панорама, 2017. - 680 с.
7. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. М.: Издательство «Весь Мир», 2008, 352 с.
8. Ольшанский Д.В. Политический PR/ Д. В. Ольшанский. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2003 540б.
9. 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. - ISBN 978-5-16-012198-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/988358> – Режим доступа: по подписке.
10. 11. Справочник по политическому консультированию. Под редакцией Дэвида Д. Перлматтера. М.: Инфра-М, ИМИДЖ-Контакт, 2002.
12. Современные технологии политического менеджмента: Учебное пособие / Федорченко С.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 200 с.
13. 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.
14. 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.
15. 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.
16. 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.
17. 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.
18. Копаница, В. Ю. Перспективы отечественного GR-менеджмента в условиях санкций / В. Ю. Копаница, Р. С. Марков // Modern Economy Success. – 2022. – № 2. – С. 132-134.

19. Ламзин, Р. М. Открытость публичной власти как фактор повышения эффективности GR-деятельности / Р. М. Ламзин, В. С. Епина, Я. Я. Кайль // Грани познания. – 2019. – № 3(62). – С. 38-41.
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. Епина [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. Bezpalov // 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук, профессор

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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	ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.	Знать: - теоретические концепции и категориальный аппарат экономической социологии; - ключевые термины для описания и обсуждения современных социально-экономических проблем; - основные способы и приемы социально-экономического анализа. Уметь: - проводить социально-экономического развития современного общества, государства и региона; - выстраивать стратегии управления социально-экономическими процессами современного общества, государства или региона на основе научно обоснованного знания. Владеть: - навыками составления аналитических отчетов, записок, экспертных заключений по социально-экономическим вопросам для выработки управленческих решений; - навыками социологического анализа текущей социально-экономической ситуации для принятия грамотных и взвешенных решений или экспертизы управленческих проектов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология экономической сферы жизни общества» 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), 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 практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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: политэкономика, 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. Ролевые 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: Каковы 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	ПК-4	тестирование, устный опрос

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компе-	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
стратификация		
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 в процессе текущего контроля

1. Раскройте содержание программы социологического исследования.
2. Дайте определение понятиям: верификация, репрезентативность, ва-лидность.
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	<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

	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. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС РКИ
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Сторителлинг и спичрайтинг»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Сивкова А.В., к.ф.н., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «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: «Спичрайтинг»

Цель дисциплины: представить обучающимся вопросы теории современного 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 к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.1 Умеет анализировать проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации УК-1.11 Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	Знать: - основные категории и термины спичрайтинга; - основные параметры оценки различных видов устного общения; - методологические основы анализа текста. Уметь: - ориентироваться в современных научных концепциях, грамотно ставить и решать и практические задачи в области спичрайтинга; - проводить основные этапы комплексного анализа текстов; - ориентироваться в речевой ситуации в условиях активизации публичных коммуникаций; - производить оценку значимости каждого элемента в речевом функционировании; Владеть: - навыками общения, анализа и использования данных прикладных исследований в области спичрайтинга; - навыками самостоятельного мышления в соответствии с правилами логики и техники мыслительной деятельности.
ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и	ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. ПК-1.2 Интегрирует комму-	Знать: - основные приемы создания текста публичного выступления; - основные этапы работы над формированием имиджа выступающего.

связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	никации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.	Уметь: - разрабатывать текст публичного выступления для должностного лица базисного субъекта PR; - определять качество подготовленного и произнесенного публичного выступления. Владеть: - навыками поиска нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработки информации, содержащейся в текстах.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «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), 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 практические занятия, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	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 публичных 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 *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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

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. Введение в курс «Спичрайтинг». Речевая практика современного	УК-1; ПК-1	Презентация
Тема 2. Подготовка к	УК-1; ПК-1	Анализ рекламных тек-

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории.		стов Дискуссия
Тема 3. Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика	УК-1; ПК-1	Письменная работа
Тема 4. Риторические Навыки PR-специалиста.	УК-1; ПК-1	Практическая работа
Тема 5. Знакомство с понятием сторителлинга	УК-1; ПК-1	Презентация
Тема 6. Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге	УК-1; ПК-1	Практическая работа
Тема 7. Герой истории	УК-1; 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? d. 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 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	<i>Включает низестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими	хорошо		71-85

	большей степени самостоятельности и инициативы	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. 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.

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. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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>.
7. 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Технологии управления общественным мнением»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Технологии управления общественным мнением».
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: «Технологии управления общественным мнением».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы, развить базовые умения и усовершенствовать полученные ранее навыки создания видеопродукта с помощью метода погружения в производственный процесс, а также продвижение этого проекта на рынке.

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-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 Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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.	Знать: - теоретические модели и индустриальные стандарты планирования, организации и координации производства медиатекстов и коммуникационных продуктов; - требования к редакционно-издательскому процессу, контент-менеджменту и кросс-платформенной дистрибуции. Уметь: - проектировать поэтапный процесс создания медиатекстов/продуктов с учетом целевых аудиторий, каналов дистрибуции и ресурсов команды; - координировать работу специалистов (авторов, редакторов, дизайнеров, аналитиков) в рамках единого коммуникационного проекта. Владеть: - методиками медиапланирования, редакционного менеджмента и контроля качества контента; - цифровыми платформами и редакционными системами для организации производственного цикла медиапродуктов.
ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого	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.	Знать: - авторские и редакторские технологии создания рекламных, PR-текстов и иных коммуникационных продуктов разной сложности; - специфику коммуникационных задач в политике и бизнесе (цели, ограничения, правовые рамки, этические нормы); - мировой и отечественный опыт

уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.		успешных и провальных коммуникационных кампаний, кейсы лучших практик. Уметь: - формулировать коммуникативную задачу, разрабатывать бриф и создавать тексты/продукты заданного тона, структуры и объема; - осуществлять профессиональную редактуру, фактчекинг, адаптацию контента под разные площадки и аудитории; - применять накопленный отечественный и зарубежный опыт для повышения убедительности, виральности и конверсионности сообщений. Владеть: - техниками копирайтинга, сторителлинга, фрейминга, рерайтинга и мультимедийного монтажа текста; - методиками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов до и после публикации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» входит в основную часть теоретического блока дисциплин подготовки студентов направления 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 (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: практические занятия и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Теоретико-методологические основы управления общественным мнением	Понятие, структура и функции ОМ. Теории массовых коммуникаций. Роль медиа и цифровых платформ в формировании ОМ.
2	Механизмы формирования и трансформации общественного мнения	Когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты ОМ. Роль лидеров мнений, инфлюенсеров, экспертных сообществ.
3	Язык, дискурс и знаковые системы в политических и бизнес-коммуникациях	Семиотика коммуникации: вербальные, визуальные, аудиальные, меметические коды. Стилистика, тон голоса, нейтральное/профессиональное/эмоциональное письмо.
4	Технологии медиапланирования и создания коммуникационных продуктов	Этапы производства: бриф → концепция → продакшн → публикация → аналитика. Инструменты контент-стратегии, медиамикс, кросс-платформенность. Координация команд и внештатных подрядчиков.
5	Авторская и редакторская работа: от идеи до публикации	Виды текстов в PR и рекламе. Структура, аргументация, фактчекинг, антиплагиат. Редакционные циклы, правка, верификация, адаптация под каналы. Учет мировых и отечественных практик.
6	Цифровые платформы и алгоритмическое управление вниманием	Особенности соцсетей, мессенджеров, новостных агрегаторов, медиа-порталов. Алгоритмы ранжирования, виральность. Управление вниманием через частоту, формат, тайминг, интерактив.
7	Управление репутацией и кризисные коммуникации	Мониторинг ОМ, раннее предупреждение кризисов. Протоколы реагирования.
8	Аналитика, оценка эффективности и этика управления ОМ	Метрики: охваты, вовлеченность, тональность, доля голоса, конверсия. Этические рамки, правовые ограничения, манипуляция, убеждение. Прозрачность и ответственность.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1. Анализ кейсов формирования ОМ
2. Семиотический анализ медиадискурса
3. Разработка медиаплана кампании
4. Создание и редакция пресс-релиза
5. Контент-стратегия для диджитал-платформ
6. Фрейминг и нарративное проектирование
7. Редакционная коллегия
8. Нейросети и фактчекинг в авторской работе
9. Кризисный сценарий: подготовка сообщений
10. Измерение эффективности: метрики и дашборды

11. Защита проекта коммуникационной кампании

Требования к самостоятельной работе студентов

Работа с материалом, полученном на практических занятиях, подготовка к семинарам, групповым занятиям, презентации по проекту.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

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
1. Анализ кейсов формирования ОМ	ОПК-1	Эссе «Модели ОМ в цифровой эпохе: применимость классических теорий» (800–1000 слов)

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
2. Семиотический анализ медиадискурса	ОПК-1, ПК-1	Карта стейкхолдеров и лидеров мнений по выбранному кейсу с обоснованием каналов воздействия
3. Разработка медиаплана кампании	ОПК-1	Семиотический разбор 3 медиаматериалов: выявление языковых/визуальных кодов
4. Создание и редакция пресс-релиза	ОПК-1	Разработка медиаплана на 1 месяц (таблица: канал, формат, частота, ответственный, KPI)
5. Контент-стратегия для диджитал-платформ	ПК-1	Написание и двусторонняя редакция пресс-релиза + чек-лист проверки (факты, стиль, ТЗ, норма языка)
6. Фрейминг и нарративное проектирование	ОПК-1, ПК-1	Контент-календарь для 3 платформ
7. Редакционная коллегия	ПК-1	Протокол редакционной коллегии: распределение ролей, правка черновика, фиксация изменений, обоснование решений
8. Нейросети и фактчекинг в авторской работе	ПК-1, ОПК-1	Сравнительный анализ ИИ-генерации и авторского текста: правка, фактчекинг, этическая оценка, итоговый вариант
9. Кризисный сценарий: подготовка сообщений	ПК-1	Разработка кризис-пакета
10. Измерение эффективности: метрики и дашборды	ОПК-1	Дашборд эффективности кампании (3–5 метрик, визуализация, выводы, план оптимизации)
11. Защита проекта коммуникационной кампании	ОПК-1, ПК-1	Защита полного проекта: презентация, тексты, медиаплан, аналитика, рефлексия по языковым/семиотическим и редакторским решениям

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

Тесты промежуточной аттестации

1. Какой инструмент наиболее эффективен для раннего выявления негативных трендов в ОМ?

- а) Фокус-группы
- б) Мониторинг соцсетей и медиа в режиме реального времени
- в) Ежегодные опросы
- г) Экспертные интервью

Ответ: б

2. Что такое «фрейминг» в коммуникациях?

- а) Техническая верстка текста

- б) Подбор ключевых слов для SEO
 - в) Смысловое обрамление информации, задающее угол восприятия
 - г) Процесс фактчекинга
- Ответ: в

3. Какой этап редакционного процесса гарантирует соответствие текста нормам русского языка и отраслевой терминологии?

- а) Копирайтинг
- б) Корректурa и литературная правка
- в) Публикация
- г) Дистрибуция

Ответ: б

4. Какой принцип лежит в основе «двухступенчатой коммуникации»?

- а) Прямое воздействие СМИ на аудиторию
- б) Влияние через лидеров мнений
- в) Алгоритмическая рекомендация
- г) Вирусное распространение мемов

Ответ: б

5. Установите правильный порядок этапов создания медиапродукта:

Публикация 2) Бриф и ТЗ 3) Анализ ЦА и каналов 4) Редактура и верификация 5) Генерация контента

Ответ: 2 → 3 → 5 → 4 → 1

6. Последовательность действий при кризисном реагировании:

Публикация официального заявления 2) Сбор фактов и оценка ситуации 3) Мониторинг реакции и корректировка 4) Внутренний брифинг команды 5) Подготовка FAQ и скриптов

Ответ: 2 → 4 → 5 → 1 → 3

7. Редакционный цикл:

Финальная верстка 2) Первичная правка автора 3) Проверка фактов 4) Согласование с заказчиком 5) Копирайтинг

Ответ: 5 → 2 → 3 → 1 → 4

8. Разработка контент-стратегии:

Выбор форматов и платформ 2) Анализ конкурентов и трендов 3) Определение KPI и метрик 4) Составление контент-календаря 5) Формулировка ToV и ключевых сообщений

Ответ: 2 → 5 → 1 → 4 → 3

9. Процесс управления ОМ в политической кампании:

Запуск медиа-событий 2) Исследование базового ОМ 3) Оценка сдвигов в восприятии 4) Разработка нарратива и фреймов 5) Тестирование сообщений на фокус-группах

Ответ: 2 → 4 → 5 → 1 → 3

10. Соотнесите понятие и его функцию:

- А) Спин-докторинг
 - Б) Фактчекинг
 - В) Инфографика
- 1) Визуальное кодирование смысла
 - 2) Управление восприятием политика через медиа-нарративы
 - 3) Верификация утверждений перед публикацией

Ответ: А-2, Б-3, В-1

11. Соотнесите роль и задачу:

А) Редактор

Б) Копирайтер

В) Контент-менеджер

1) Генерация первичных текстов по брифу

2) Контроль логики, стиля, фактов, адаптация под ТЗ

3) Публикация, дистрибуция, сбор аналитики

Ответ: А-2, Б-1, В-3

12. Дайте определение: Нарративный фрейминг

Ответ: Конструирование смысловой рамки через историю/сюжет, которая направляет интерпретацию события целевой аудиторией в заданном ключе.

13. Дайте определение: Редакционная политика

Ответ: Система принципов, стандартов и правил, определяющих отбор, обработку, проверку и публикацию контента в медиа/коммуникационном проекте.

14. Дайте определение: Медиа-микс

Ответ: Оптимальное сочетание каналов коммуникации (онлайн, офлайн, earned, owned, paid), используемых для достижения целей кампании с учетом бюджета и ЦА.

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. В чем отличие формирования общественного мнения от манипуляции сознанием? Приведите примеры из политических и бизнес-коммуникаций.
2. Какие факторы влияют на изменение языковых норм и знаковых систем в цифровой среде? Как их учитывать при создании медиапродуктов?
3. Опишите этапы редакционного процесса при создании коммуникационного продукта высокого уровня сложности.
4. Как алгоритмическая подача контента влияет на формирование ОМ? Какие риски и возможности это создает для коммуникатора?
5. Какие этические и правовые границы существуют при управлении общественным мнением в России и за рубежом?

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	отлично	зачтено	86-100

		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. Архангельская, И. Б. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / И. Б. Архангельская, Ю. А. Мохова, М. Б. Ротанова. — Москва: РИОР, 2025. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-369-02167-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2238987>. — Режим доступа: по подписке.
2. Воскресенская, Н. Г. Психология массовых коммуникаций в политике : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская, Ю. А. Селиверстова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. — 73 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/344804>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : Учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Бунтовский, С. Ю. Антикризисное управление общественными отношениями : учебное пособие / С. Ю. Бунтовский. — Краснодар : КубГАУ, 2020. — 128 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/421919>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Ивченко, Б. П. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Б. П. Ивченко, Е. В. Со-рокина, Е. А. Черкасова. — Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2023. — 130 с. — ISBN 978-5-00221-005-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/493028>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Системность массовых коммуникаций: фейк-ньюс как современный медиафеномен : монография / под общ. ред. В. Л. Музыканта, В. В. Барабаша. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 316 с. - ISBN 978-5-4499-3416-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2146960>. — 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 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 практических занятий (при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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

«Технология переговорного процесса»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026

Лист согласования

Составитель: Новичихина Марина Евгеньевна, докт. филол. наук, профессор

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Технология переговорного процесса»
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: «Технология переговорного процесса».

Цель дисциплины: ознакомить студентов с особенностями делового общения в современных условиях и спецификой организации эффективного переговорного процесса, сформировать навыки ведения эффективных переговоров.

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными видами споров; познакомить с основными условиями эффективного спора; ознакомить с правилами и приемами проведения переговоров в той или иной ситуации; дать сведения об основных способах воздействия на оппонента в различных коммуникативных ситуациях.

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-5 Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний	ПК-5.1 Организует коммуникацию с заказчиком по вопросам создания, продвижения и оценки эффективности медиапроектов	Знать: - основные концепции авторских медиапроектов; Уметь: - создавать, продвигать медиапроекты и оценивать их эффективность; Владеть: - навыками коммуникации с заказчиком
ПК-6 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов	ПК-6.1 Составляет отчеты о реализации концепции медиапроектов	Знать: - критерии анализа результатов деятельности авторских коллективов; Уметь: - осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов; Владеть: - навыками составления отчетов о реализации концепции медиапроектов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технология переговорного процесса» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направление «Управление коммуникациями 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), 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Понятие переговоров. Переговоры как вид спора. Условия эффективного спора.	Основные понятия теории спора. Переговоры как один из видов обсуждения противоречий между людьми. Виды споров. Из истории искусства спора. Условия эффективного спора. Сохранение баланса отношений с оппонентом как одно из условий эффективного спора. Эффективность спора и результативность спора: соотношение понятий.
2	Виды переговоров. Структура переговорного процесса.	Виды переговоров. Регламентированные и нерегламентированные переговоры. Конфронтационные и партнерские переговоры. Внутренние и внешние переговоры и др. Понятие позиции и интереса в переговорном процессе. Понятие позиционного торга. Гарвардский метод ведения переговоров. Структура переговорного процесса. Подготовка к переговорам. Организация переговоров. Начало переговоров. Ведение переговоров. Завершение переговоров. Подведение итогов. Анализ результатов переговорного процесса.
3	Деловой стиль оппонента и его учет в переговорном процессе.	Деловой стиль оппонента и его учет в переговорном процессе. Понятие делового стиля. Виды стилей: энергичный, методичный, эмоциональный, творческий. Ведения переговоров с разными типами оппонентов. Понятие коммуникативной позиции участника переговорного процесса.
4	Аргументация. Убеждение.	Аргументация. Понятие аргумента. Требования к подбору аргументов. Виды аргументов. Способы аргументации. Нисходящая и восходящая аргументация. Индуктивная и дедуктивная аргументация. Односторонняя и двусторонняя аргументация. Убеждение. Аргументация и

		убеждение: соотношение понятий. Приемы повышения убедительности изложения.
5	Опровержение.	Опровержение. Виды опровержения. Способы выражения несогласия. Приемы построения эффективного отказа.
6	Вопросы как прием управления поведением оппонента. Ответы на вопросы.	Вопросы как прием управления поведением оппонента. Виды вопросов. Простые и сложные вопросы. Корректные и некорректные вопросы. Восполняющие и уточняющие вопросы. Понятие трудного вопроса. Вопрос-капкан. Блокирующий вопрос. Вопрос-несогласие. Ответы на вопросы. Требования к ответам. Способы ответа на трудные вопросы.
7	Деловое слушание.	Деловое слушание. Рефлексивное и нерефлексивное слушание. Приемы рефлексивного слушания. Виды непонимания (внешние, внутренние и др. барьеры).
8	Тактические приемы, используемые в ходе переговорного процесса.	Тактические приемы, используемые в ходе переговорного процесса. Завышение требований. Салями. Пакетирование. Расстановка ложных акцентов в позиции и др. Полемические уловки.
9	Завершение переговоров.	Завершение переговоров. Анализ результатов переговоров. Типы принимаемых решений. Симметричные решения. Ассиметричные решения.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *лекционных* занятий перечислена в п. 5.

Рекомендуемая тематика *практических занятий*:

Тема 1. Понятие переговоров. Переговоры как вид спора. Условия эффективного спора. Дебаты по теме:

Понятие переговоров. Переговоры как вид спора. Условия эффективного спора.

Тема 2. Виды переговоров. Структура переговорного процесса. Дебаты по теме.

Тема 3. Деловой стиль оппонента и его учет в переговорном процессе. Дебаты по теме.

Тема 4. Аргументация. Убеждение. Дебаты по теме.

Тема 5. Опровержение. Дебаты по теме.

Тема 6. Вопросы как прием управления поведением оппонента. Ответы на вопросы. Дебаты по теме.

Тема 7. Деловое слушание. Дебаты по теме.

Тема 8. Тактические приемы, используемые в ходе переговорного процесса. Дебаты по теме.

Тема 9. Завершение переговоров. Дебаты по теме.

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.

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
Понятие переговоров. Переговоры как вид спора. Условия эффективного спора.	ПК-5	Опрос, перечень практических заданий
Виды переговоров. Структура переговорного процесса.	ПК-5	Опросы, перечень практических заданий
Деловой стиль оппонента и его учет в переговорном процессе.	ПК-5	Тест
Аргументация. Убеждение.	ПК-6	Перечень практических заданий
Опровержение.	ПК-6	Опрос.

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

Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Задание 1. Ознакомьтесь с ситуациями и ответьте на вопросы.

1) РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ

Небольшая частная фирма по итогам финансового года получила чистую прибыль 400 тыс. рублей. Директор фирмы, заместитель директора и председатель профкома обсуждают проблему распределения прибыли.

При этом директор остро чувствует необходимость смены офиса, по его мнению фирма теряет клиентов из-за убогого внешнего вида помещения. Аренда нового помещения потребует больших денег.

Заместитель директора настаивает на приобретении нового автомобиля. Старый развалился и ремонту не подлежит. Характер деятельности фирмы требует наличия автомобиля.

Председатель профкома защищает интересы одного из самых квалифицированных работников фирмы - Петровой Елены Федоровны. Петровой Е.Ф. руководство уже давно обещало выделить ссуду на приобретение жилья. Она вместе с семьей проживает на частной квартире, практически всю зарплату тратит на ее оплату и подумывает уйти из фирмы из-за невозможности решить здесь квартирный вопрос.

Вопросы

1. Сформулируйте цель каждого участника переговоров.
2. Сопоставьте значимость каждого варианта для предприятия в целом.
3. Определите степень долгосрочности каждой из целей.
4. Поставив себя поочередно на место каждого из участников, сформулируйте преимущества для себя положительного решения каждой из проблем.

5. Как по-другому могут быть достигнуты цели каждого из участников переговорного процесса?
6. Перечислите варианты 4-го решения, учитывающего интересы всех.

2) ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРИМЕР

В ходе переговоров между Советским Союзом и Соединенными Штатами о запрете на ядерные испытания возник вопрос: какое число инспекций на местах должно быть разрешено каждой из стран на территории друг друга при расследовании случаев подозрительной сейсмической активности?

Советский Союз в конце концов согласился на проведение трех проверок на своей территории. Соединенные Штаты настаивали на проведении не менее десяти. И здесь переговоры зашли в тупик.

Вопросы

1. Почему переговоры зашли в тупик?
2. Сформулируйте цель каждого участника переговоров.
3. Как по-другому могут быть достигнуты цели каждого из участников переговорного процесса?
4. Перечислите варианты решения, учитывающего интересы всех.

3) ПРИОБРЕТЕНИЕ ПОДАРКОВ К НОВОГОДНЕМУ ПРАЗДНИКУ

В четверг вечером председатель профкома должен забрать со склада кондитерской фабрики оплаченную партию новогодних подарков для детей. Праздник запланирован на субботу на 10.00. Руководство фабрики сообщает ему, что заказ может быть выполнен не ранее 14.00 в связи с большим количеством заказов и нехваткой упаковщиц.

Задание:

предложите варианты выхода из сложившейся ситуации.

Задание 1. Прочитайте текст.

Английские традиции вообще предписывают сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику, который вправе придерживаться иного мнения. Как и японцам, англичанам присуща склонность избегать категоричных утверждений или отрицаний, относиться к словам "да" и "нет" словно к неким непристойным понятиям, которые лучше выражать иносказательно.

Отсюда тяга к вставным оборотам вроде "мне кажется", "я думаю", "возможно, я не прав, но...", предназначенным выхолостить определенность и прямолинейность, способную привести к столкновению мнений. Когда англичанин говорит "Боюсь, что у меня дома нет телефона", — он сознательно ограничивает это утверждение рамками собственного опыта. А вдруг за время его отсутствия телефон мог неведомо откуда взяться?

От англичанина вряд ли услышишь, что он прочел прекрасную книгу. Он скажет, что нашел ее небезынтересной или что автор ее, видимо, не лишен таланта. Вместо того, чтобы обозвать кого-то дураком, он заметит, что человек этот не выглядит особенно умным. А выражение "по-моему, совсем неплохо" в устах англичанина означает "очень хорошо".

Самыми распространенными эпитетами в разговорном языке служат слова "весьма" и "довольно-таки", смягчающие резкость любого утверждения или отрицания ("погода показалась мне довольно-таки холодной").

Иностранец, привыкший считать, что "молчание — знак согласия", часто ошибочно полагает, что убедил англичанина в своей правоте. Однако умение терпеливо выслушивать собеседника, не возражая ему, вовсе не значит в Британии разделять его мнение. Когда же пытаешься поставить перед молчаливым островитянином вопрос ребром: "Да или нет?", "За или против?" — он обычно принимается раскуривать свою трубку или переводит разговор на другую тему.

Другим достоинством англичан можно считать их уравновешенный, уживчивый характер. В повседневном быту они умело избегают болезненных столкновений, приносиваются и приспособляются друг к другу, проявляя взаимную предупредительность, сдержанность и терпимость. Они способны сохранять самообладание в споре, оставаться объективными к себе, и к другим, признавая, что, поскольку любая истина имеет много сторон, о ней может быть много различных суждений.

(В.Овчинников.«Корни дуба»)

- * Какие особенности английского общения выделяет автор?
- * Как специфика английского спора отразилась в языке англичан?
- * Когда меньше поводов для конфликтов – когда люди в общении избегают категоричных суждений или когда такие суждения высказываются?
- * Какие трудности могут испытывать русские при общении с англичанами?
- * Какие черты английского спора мы могли бы позаимствовать?

Задание 2. Прочитайте текст.

Японская мораль предписывает избегать прямой конфронтации, не допускать положений, когда одна из сторон всецело одерживала бы верх над другой. Нельзя доводить дело до того, чтобы побежденный "потерял лицо", предстал перед окружающими униженным и оскорбленным.

Желание избегать открытого столкновения противоположных взглядов проявляется у японцев и в практике принятия решений. Решения эти обычно представляют собой не результат чьей-то личной инициативы, а итог согласования мнений всех заинтересованных лиц – как бы общий знаменатель, найденный на основе взаимных уступок. При этом по нормам японской деловой этики главной добродетелью обладает не тот, кто твердо стоит на своем (пусть даже будучи правым), а тот, кто проявляет готовность к компромиссу ради общего согласия.

Японцы ищут решения, которые обобщали бы взгляды всех заинтересованных сторон, каждая из которых обладает чем-то вроде права вето. Если, несмотря на продолжительные дискуссии, кто-то все-таки выступит против инициативы, вопрос вообще не решается, а откладывается.

Характерно, что на всех уровнях проявляется стремление избегать категорических суждений, слов «да» или «нет», «за» или «против». Как правило, ни один из участников дискуссии не станет сразу целиком излагать свое мнение, тем более – предлагать что-то конкретное. Вместо того он выскажет сначала лишь небольшую, наиболее бесспорную часть того, что думает по данному вопросу, образно говоря; сделает лишь осторожный шаг вперед и тут же оглянется на остальных.

Японец независимо от занимаемого поста остерегается противопоставлять себя другим, оказаться в изоляции, довести дело до открытого столкновения противоположных взглядов. Поэтому дискуссия обычно тянется долго, пока каждый ее участник, шаг за шагом, не изложит свою позицию, по ходу видоизменения ее с учетом высказываний других. Цель дебатов в том и состоит, чтобы выявить различия во мнениях и постепенно привести их к общему согласию.

Показательная и такая цифра: если в Соединенных Штатах насчитывается 300 тысяч юристов, к услугам которых прибегают частные корпорации и лица для решения споров и конфликтов, то в Японии их менее 10 тысяч.

Сблизить точки зрения спорящих чаще помогает посредник, который берет на себя эту роль тоже сугубо по-японски. Взяться за посредничество по официальной просьбе значило бы в случае неудачи «потерять лицо». Поэтому дело обычно ограничивается лишь намеком, что существуют такие-то разногласия, которые хочется, но не удается преодолеть.

Поняв суть дела, будущий посредник так же осторожно прощупывает готовность другой стороны говорить с ним о возникшем затруднении. Если желание искать компромисс

оказалось обоюдным, посредник как бы от своего имени предлагает участникам спора взаимоприемлемое решение.

Для деловых отношений в Японии характерно, что сторона, вынужденная пойти на наибольшие уступки, по традиции получает преимущество при решении какого-то другого вопроса, подчас совершенно не связанного с первым, или же получает заверения, что если подобный же спор возникнет в будущем, решение будет принято в ее пользу. Готовность к компромиссу считается добродетелью, которая должна быть награждена.

(В.Овчинников.«Ветка сакуры»)

- * Какие правила бесконфликтного общения «усвоены» японской моралью?
- * Какие особенности японского спора выделяет автор? Какая практика принятия решений по спорным вопросам сложилась в Японии?
- * Какие выгоды получает в Японии сторона, которая пошла на уступки?
- * Как вы понимаете выражение «сохранить лицо»? В каких культурах люди заботятся о сохранении лица собеседника? Как с этим обстоит дело в русском общении?
- * Как специфика японского спора отразилась в языке японцев?
- * Согласны ли вы с японцами, что готовность к компромиссу – положительное качество человека?
- * Какие общие черты английского и японского стилей спора вы заметили?

Задание 3. Какие, с вашей точки зрения, особенности отличают русский спор? Чем спор русских людей отличается от спора японцев и англичан? Что можно было бы позаимствовать у японцев и англичан? Возможно ли это? Аргументируйте свою точку зрения.

Задание 4. Прочитайте текст.

Что такое толерантность

Толерантность – терпимость к мнению, взглядам, верованиям других. Толерантность – это терпимость ко всем людям и умение общаться со всеми – и с теми, кого ты знаешь, и с незнакомыми, и с теми, кто тебе нравится, и с теми, кто тебе несимпатичен.

Происходит слово толерантность от английского tolerate – терпеть, переносить. Таким образом, толерантность – это терпимость в хорошем смысле этого слова, со знаком «+», это терпимость как хорошее, положительное качество человека.

Толерантный человек терпим к другим религиям, другим взглядам и мнениям, ко всем людям, которые не похожи на него. Он может считать те или иные мнения других людей ошибочными, но не проявлять при этом никакой враждебности к этим людям. Толерантный человек убежден, что все мнения и точки зрения, все взгляды имеют право на существование и нельзя проявлять к людям враждебность только потому, что они имеют другое мнение или исповедуют другую религию.

Толерантный человек не повышает голос, не говорит ни о ком как о своих врагах (хотя это вовсе не значит, что все люди – его лучшие друзья).

Толерантность – это не стремление избежать споров и конфликтов, а умение их избежать и умение решить любую проблему в духе сотрудничества, взаимной выгоды, согласия. Толерантность проявляется в спокойствии, великодушии, стремлении учесть интересы всех, с кем общаешься, никого не обижая и ни на кого не обижаясь.

Толерантность – важнейшее деловое качество человека, важнейшая составная часть поведения человека в любом цивилизованном обществе.

- Связано ли понятие толерантности с умением спорить, вести дискуссию, переговоры?
- Должны ли люди в современном обществе быть толерантными? В чем должна проявляться толерантность людей друг к другу?
- Многим ли из нас свойственна толерантность?

- Люди каких профессий обязательно должны быть толерантными?
- Какие должности предполагают толерантность занимающих эти должности людей?
- Что нужно делать, как вести себя, чтобы быть толерантным человеком?

Задание 5.

Согласны ли вы с афоризмом древнегреческого поэта Менандра : «В споре часто побеждает дерзость и красноречие, а не истина»? Какой вывод из этого следует? Приведите примеры политиков, которые часто побеждают в спорах, не являясь носителями истины.

Задание 6. Какие нарушения этикета спора и правил эффективного спора допущены в следующих высказываниях:

- я никогда не соглашусь с вашим мнением ...;
- вы просто сами не понимаете, что вы говорите ...;
- да вы с ума сошли, если такое говорите...;
- ну что вы в этом понимаете...;
- а вы сами-то с этим мнением согласны?
- давайте ближе к делу...;
- здесь вы явно ошибаетесь...

Как надо исправить эти ошибки?

Задание 7. Прочитайте текст.

Однажды вечером я присутствовал на банкете, и во время обеда мой сосед по столу рассказал забавную историю, основанную на следующей цитате: «божество намерения наши довершает, хотя бы ум наметил и не так...».

Рассказчик упомянул, что это цитата из Библии. Он ошибался. Я знал это. Я знал это точно. Тут не могло быть ни малейших сомнений. И поэтому, стремясь утвердиться в сознании своей значительности и проявить свое превосходство, я сам назначил себя непрошеным и нежеланным арбитром, сочтя нужным поправить его. Он твердо стоял на своем. Что? Из Шекспира? Не может быть! Абсурд! Это цитата из Библии. И ему это твердо известно!

Он сидел справа от меня, а слева сидел мой старый приятель Франк Гэммонд. Гэммонд посвятил много лет изучению Шекспира. Поэтому мы с рассказчиком договорились передать вопрос на решение Гэммонда. Гэммонд выслушал нас, толкнул меня под столом ногой и сказал: «Дейл, вы ошибаетесь. Этот господин прав, цитата действительно из Библии».

Вечером, когда мы ехали с ним домой, я сказал Гэммонду: «Фрэнк, вы ведь знали, что это цитата из Шекспира».

«Ну конечно», – ответил он. – «Гамлет», действие пятое, сцена вторая. Но мы с вами были гостями на праздничном вечере, дорогой Дейл. Зачем же доказывать человеку, что он не прав? Разве он станет из-за этого хорошо к вам относиться? Почему бы не дать ему возможность спасти свой престиж? Он не спрашивает вашего мнения. Он не нуждается в нем. Зачем же с ним спорить? Всегда избегайте острых углов».

«Всегда избегайте острых углов». Человека, который сказал это, уже нет в живых, но урок, который он мне преподавал, сохраняет свою действенность и поныне.

Урок этот был мне крайне необходим, потому что я был неисправимым спорщиком. В юности я спорил со своим братом по любому поводу. В колледже я изучал логику и искусство аргументации и участвовал в дискуссионных конкурсах. Миссури прославился своими любителями поспорить, а именно там я и родился. Я ничего не принимал на веру. Позднее в Нью-Йорке я преподавал искусство вести полемику и использовать аргументацию и одно время, как мне не стыдно в этом признаться, собирался написать книгу по этим вопросам. С тех пор я выслушал и подверг критическому анализу тысячи полемических выступлений, сам в них участвовал и наблюдал за их последствиями. В результате всего этого я пришел к выводу, что в мире существует только один способ одержать верх в споре – это уклониться

от него. Избегайте споров, как вы старались бы избежать землетрясения или встречи с гремучей змеей.

В девяти случаях из десяти спор кончается тем, что каждый из его участников еще больше, чем прежде, убеждается в своей абсолютной правоте.

В споре нельзя одержать верх. Нельзя потому, что, если вы проиграли в споре, значит, вы проиграли, если же одержали верх, то тоже проиграли. Почему? Предположим, что вы одержали победу над

собеседником, разбили его доводы в пух и прах и доказали, что он *non compos mentis* (лат: не в здравом уме). Ну и что? Вы будете себя чувствовать прекрасно. А он? Вы заставили почувствовать ваше превосходство, вы задели его самолюбие. Он будет огорчен вашей победой. А ведь: «Человек, которого переубедили против его воли, не отречется от своего мнения и поневоле».

(Д.Карнеги.«Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей»)

- * Какой это был спор - «на истину», «на победу», «ради спора»?
- * Какой был спор - о существенном или несущественном?
- * Какие ошибки, с вашей точки зрения, допустил Д. Карнеги на банкете?
- * А как бы вы поступили на месте Д. Карнеги?
- * Разделяете ли вы точку зрения Фрэнка Гэммонда? Почему?

Задание 8. Ответьте на вопросы.

* Часто ли вы вступаете в споры с окружающими людьми? Всегда ли нужно было спорить? Приведите примеры, когда вы жалели, что вступили в спор.

* Изменялись ли ваши отношения с кем-либо из знакомых после споров с ними? Были ли случаи ухудшения отношений? Как вы считаете, почему?

* Оказывались ли вы когда-нибудь в положении человека, «потерявшего свое лицо» в споре? Что вы чувствовали при этом?

* Согласны ли вы с тем, что единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него?

* Всегда ли вам удается уклониться от спора? Почему?

* Согласны ли вы с тем, что в ходе спора каждый из его участников еще более убеждается в своей правоте?

* Согласны ли вы с Д. Карнеги в том, что, одержав верх в споре, вы проигрываете?

Задание 9. Прочитайте текст.

Студент в период сессии готовится дома к экзаменам. Ему нужно сидеть поздно ночью, и он решает заварить себе чай покрепче, чтобы не заснуть. Подскакивает 62-летний отец.

– Дай-ка я заварю тебе получше, я знаю как!

– Да я сам!

– Пусти-пусти. Ты не умеешь, я сделаю, – и он всыпал в чайник чуть больше одной столовой ложки чая.

– Ты мало насыпал, слабый будет, бледный...

– Сам ты бледный...

– Мне нужен крепкий, – говорю я, досыпая заварку.

– Зря ты это! Я тебе хотел показать... Стой! Теперь вот так! – И он с молниеносной быстротой капнув в маленький чайничек кипятку, ставит его – на большой. – Пусть погрееется.

– Ты мало кипятку налил! Крышка открыта, аромат выдохнется. Надо накрыть полотенцем, вот так!

– Что ты делаешь? Кто так делает?
– Похлебкин в «Неделе» рекомендует.
– Какой еще Похлебкин ... Ну вот что, заваривай сам, как хочешь, свою похлебку... Я хотел сделать тебе как лучше...
Обиделся и ушел в другую комнату.
(по В.Леви)

* Проанализируйте отрывок и ответьте на вопрос: спор между отцом и сыном – это спор "куда идти" или "по какой стороне улицы идти"? Из чего это видно?

* Какова была цель отца? Дал ли сын осуществить отцу его цель? Правильно ли это?

* Какие нарушения правил этикета спора и правил эффективного спора допустили участники?

* Правильно ли сын разрешил ситуацию?

Задание 10. Прочитайте текст.

В деревне любили, когда приезжают именитые земляки. Тогда в избу набивалось много народа – послушать гостя или рассказать про себя – тогда-то Глеб Капустин приходил и «срезал» знатного человека. Многие мужики с нетерпением ждали этого. И вот в деревню приехали супруги Журавлевы – кандидаты наук.

... Глеб оживился. – Вы извините, мы тут... далеко от общественных центров, поговорить хочется, но не особенно-то разбежишься – не с кем. Как сейчас философия определяет понятие невесомости?

– Как всегда определяла. Почему – сейчас?

– Но явление-то открыто недавно. – Глеб улыбнулся прямо в глаза кандидату. – Поэтому я и спрашиваю: натурфилософия, допустим, определит это так, стратегическая философия – совершенно иначе...

– Да нет такой философии – стратегической! – заволновался кандидат. – Вы о чем вообще-то?

– Да, но есть диалектика природы, – спокойно, при общем внимании продолжал Глеб. – А природу определяет философия. В качестве одного из элементов природы недавно обнаружена невесомость. Поэтому я и спрашиваю: растерянности не наблюдается среди философов?

Кандидат искренне засмеялся. Но засмеялся один... И почувствовал неловкость. Позвал жену:

– Валя, иди, у нас тут... какой-то странный разговор!

Валя подошла к столу, но кандидат Константин Иванович все же чувствовал неловкость, потому что мужики смотрели на него и ждали, как он ответит на вопрос.

– Давайте установим, – серьезно заговорил кандидат, – о чем мы говорим.

– Хорошо. Второй вопрос: как вы лично относитесь к проблеме шаманизма в отдаленных районах севера?

Кандидаты засмеялись. Глеб Капустин тоже улыбнулся. И терпеливо ждал, когда кандидаты отсмеются.

– Нет, можно, конечно, сделать вид, что такой проблемы нету. Я с удовольствием тоже посмеюсь вместе с вами... – Глеб опять великодушно улыбнулся. Особо улыбнулся жене кандидата, тоже кандидату, кандидатке, так сказать... – Но от этого проблема как таковая не перестанет существовать. Верно?

– Вы серьезно все это? – спросила Валя.

– С вашего позволения. – Глеб Капустин привстал и сдержанно поклонился кандидатке. И покраснел. – Вопрос, конечно, не глобальный, но, с точки зрения нашего брата, было бы интересно узнать.

– Да какой вопрос-то? – воскликнул кандидат.

– Твое отношение к проблеме шаманизма. – Валя опять невольно засмеялась. Но спохватилась и сказала Глебу: – Извините, пожалуйста.

– Ничего, – сказал Глеб. – Я понимаю, что, может, не по специальности задал вопрос...

– Да нет такой проблемы! – опять сплеча рубанул кандидат. Зря он так. Не надо бы так. Теперь засмеялся Глеб. И сказал:

– Ну, на нет и суда нет!

Мужики посмотрели на кандидата.

– Баба с возу – коню легче, – еще сказал Глеб. – Проблемы нету, а эти... – Глеб что-то показал руками замысловато, – танцуют, звенят бубенчиками... Да? Но при желании... – Глеб повторил: – При желании – их как бы нету. Верно? Потому что, если... Хорошо!

(В.Шукшин.«Срезал»)

* Проанализируйте текст и определите, какой вид спора описан в нем. Как влияет тип спора на поведение его участников и зрителей?

* Какие правила спора нарушают участники?

* Как сказывается на течении спора присутствие слушателей? Можно ли утверждать, что описанный спор – это спор «для слушателей»? Почему?

* Надо ли было «городским» вступать в спор?

* Какую цель преследовал Глеб Капустин в споре? Хотел ли он победить в споре? Достиг ли он своей цели?

Задание 11. Какие из приведенных ниже вопросов открытые, какие закрытые?

1. Когда нам приходиться на занятия?
2. Кто поедет забрать из ремонта обувь?
3. Ты был в воскресенье у бабушки?
4. Зачем ты это сделал?
5. Который час?
6. Он симпатичный, неправда ли?
7. У него двое или трое братьев?
8. Ты был вчера на дне рождения у Татьяны?
9. Куда ты идешь?
10. Так вы придете к нам завтра?
11. Он приехал к нам из Москвы или из Петербурга?
12. Так вы будете это делать или нет?
13. Вы согласны, что за такую цену вполне можно купить эту вещь?
14. Почему вы меня об этом спрашиваете?

Задание 12. Прочитайте текст.

– Общие рассуждения! – продолжал Пигасов, – смерть моя эти общие рассуждения, обозрения, заключения! Все это основано на так называемых убеждениях; всякий толкует о своих убеждениях и еще уважения к ним требует, носится с ними... Эх!

И Пигасов потряс кулаком в воздухе. Пандалевский рассмеялся.

– Прекрасно! – промолвил Рудин, – стало быть, по-вашему, убеждений нет?

– Нет – и не существует.

– Это ваше убеждение?

– Да.

– Как же вы говорите, что их нет? Вот вам уже одно на первый случай.

(И.Тургенев.«Рудин»)

* Охарактеризуйте соблюдение участниками спора правил спора. Какие правила этикета спора нарушены? Приведите примеры.

* Охарактеризуйте типы вопросов, используемые спорящими. Правильно ли они их используют?

* Приводят ли участники спора аргументы? Кто?

* Кто одержал победу? Почему?

Задание 13. Прочитайте текст.

В учительской комнате, в этой таинственной святой святых, сидят сама Жевузем и учитель математики Дырявин. Учитель давно уже дал занятие, и ему пора уходить, но он остался, чтобы попросить у начальницы прибавки. Зная скупость «старой шельмы», он поднимает вопрос о прибавке не прямо, а дипломатически.

– Гляжу я на ваше лицо, Бьянка Ивановна, и вспоминаю прошлое... – говорит он вздыхая. – Какие прежде, в наше время, красавицы были! Господи, что за красавицы! Пальчики оближешь! А теперь? Перевелись красавицы! Настоящих женщин нынче нет, а все какие-то, прости господи, трясогузки и кильки... Одна другой хуже ...

– Нет, и теперь много красивых женщин! – картавит Жевузем.

– Где? Покажите мне: где? – горячится Дырявин. – Да взять вот хоть наш старший класс. Ведь это все бутоны, невесты, самые, можно сказать, сливки – и что же? Восемнадцать их штук, и хоть бы одна хорошенькая!

– Вот и неправда! Кого ни спросите, всякий вам скажет, что в моем старшем классе много хорошеньких! Например, Кочкина, Иванова-2-я, Пальцева... А Пальцева просто картинка! Я женщина, да и то на нее заглядываюсь...

– Удивительно... – бормочет Дырявин. – Ничего в ней нет хорошего...

Дырявинотродясь не видал таких красавиц, как Пальцева, но жажда прибавки берет верх над справедливостью, и он продолжает доказывать «старой шельме», что в настоящее время красавиц нет...

– Только и отдыхаешь, когда взглянешь на лицо какой-нибудь пожилой дамы, – говорит он.

Жевузем вскакивает, идет к двери и кричит:

– Позвать ко мне Пальцеву! Плоха, по-вашему?

Дырявин тупо глядит на Жевузем, приходит в себя, и вспомнив о прибавке оживает.

– Хоть убейте, ничего хорошего не нахожу... – говорит он. – Вот вы уже в летах, а нос и глаза у вас гораздо лучше, чем у нее... Честное слово... Поглядите-ка на себя в зеркало!

(А.П.Чехов. «В пансионе»)

* Охарактеризуйте типы вопросов, используемых собеседниками.

* Нарушаются ли правила этикета спора?

* Проанализируйте аргументы Жевузем и Дырявина. Чем они отличаются?

* Какая роль принадлежит примерам в процессе убеждения? Какие приемы аргументации использует Жевузем?

* Какой тезис обсуждается в данном споре? Относится ли тезис, выдвинутый учителем Дырявиным, к недоказуемым?

Задание 14. Ответьте на вопросы:

- Что мешает человеку слушать?
- Почему человеку хочется перебивать собеседника?
- Объясните разницу между активным и пассивным слушанием.

Задание 15. Дополните список фраз, используемых при активном слушании.

Выяснение

Не повторите ли вы еще раз?

Я не совсем понимаю, что вы имеете в виду?

Я не понял. Не объясните ли вы это?

Поясните, пожалуйста. ..

.....

Перефразирование

Таким образом, вы хотите сказать, что...

Правильно ли я понял, что вы имеет в виду...

Таким образом, вы считаете что...

.....

Отражение чувств

Я вижу, вы взволнованы...

Мне кажется, вы чувствуете себя не очень хорошо...

Вас что-то беспокоит?

.....

Резюмирование

Итак, можно подвести итог...

Таким образом, мы приходим к выводу, что...

Если подытожить то, что мы сегодня обсуждали, то получится, что...

.....

Задание 16. Приведите аргументы, почему вы хотите поступить на работу:

- в совместное предприятие по продаже бытовой техники,
- в частную охранную фирму,
- на должность секретаря владельца частной фирмы,
- на должность оператора компьютера торговой базы,
- на должность рекламного агента небольшой рекламной фирмы;
- на должность курьера редакции городской газеты;
- чертежником в проектно-конструкторское бюро;
- переводчиком на совместное российско-американское предприятие и т.д.

Темы рефератов:

1. Особенности «византийского» спора
2. Правила проведения дебатов
3. Специфика контраргументации
4. Тактические приемы переговорного процесса
5. Полемиические уловки
6. История софистики

Закрытые тестовые задания:

1. Спор, преследующий целью отстоять свою точку зрения, это:

- полемика
- дискуссия
- переговоры
- дебаты

2. Деловой стиль, характеризующийся вниманием к состоянию собеседника, это:

- энергичный стиль
- эмоциональный стиль

- творческий стиль
- методический стиль

3. Вид слушания с обратной связью к собеседнику, это:

- рефлексивное слушание
- нерефлексивное слушание

4. Приведение в качестве доводов известных афоризмов – это

- сильные аргументы
- слабые аргументы
- несостоятельные аргументы

5. Деловой стиль, представитель которого характеризуется многословием:

- энергичный стиль
- методический стиль
- творческий стиль

6. Ваши слушатели затеяли дискуссию. Кому вы предоставите слово первому

- вашему стороннику
- вашему противнику
- воздержавшемуся

7. Выводы, подтвержденные экспериментальной проверкой – это

- сильные аргументы
- слабые аргументы
- несостоятельные аргументы

8. Тактический прием, при котором в формулировку позиции включаются пункты, которые потом можно будет безболезненно снять, формируя впечатление, что это является уступкой.

- Завышение требований
- Расстановка ложных акцентов в собственной позиции
- Прием пакетирования
- Выдвижение требований по нарастающей

9. Спор, в ходе которого участвуют все присутствующие – это

- массовый спор-полилог
- групповой спор-полилог
- диалог
- монолог

10. В чем суть тактического приема «Выжидание»?

• участник переговоров сначала старается выслушать мнение оппонента, а лишь затем сформулировать собственную позицию.

• участник переговоров выдвигает новые требования в самом конце переговоров, когда все вопросы уже решены.

11. Какие функции выполняют вопросы в ходе переговорного процесса?

- выяснить точку зрения оппонента;
- продемонстрировать слабость позиции оппонента;
- выяснить точку зрения оппонента и продемонстрировать слабость позиции оппонента.

оппонента.

12. Аргументация, построенная по принципу от общего к частному, от изложения отдельных фактов к общему выводу

- Дедуктивная
- Индуктивная
- Нисходящая
- Восходящая

13. Противоречие и разногласие – это

- тождественные понятия
- нетождественные понятия

14. Опровержение – это
- рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность или недоказанность
 - рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его ложность
 - рассуждение, направленное против выдвинутого тезиса и имеющее своей целью установить его недоказанность
15. В критически настроенной аудитории более эффективна
- односторонняя аргументация
 - двусторонняя аргументация
 - индуктивная аргументация
16. Индуктивная аргументация более эффективна
- в мужской аудитории
 - в женской аудитории
 - в молодежной аудитории
 - в аудитории старшего возраста
17. Перефразирование – это прием
- нерелексивного слушания
 - релексивного слушания
 - Релексивного и нерелексивного слушания
18. Нисходящая аргументация более эффективна
- в заинтересованной аудитории
 - в незаинтересованной аудитории
 - В слабо подготовленной аудитории
 - В хорошо подготовленной аудитории
19. Как называются переговоры, участники которых «зациклены» на так называемых позициях?
- Партнерские переговоры
 - Гарвардский метод ведения переговоров
 - Позиционный торг
20. Что такое опровержение демонстрации?
- выявление того, что тезис противоположной стороны логически не вытекает из аргументов.
 - Демонстрация ложности приводимых аргументов
 - опровержение ложного тезиса фактами.
 - выводение из опровергаемого утверждения следствий, противоречащих истине

Открытые задания:

1. Что такое переговоры?
(спор с целью достижения согласия)
2. Как называются переговоры, участники которого зациклены на позициях?
(позиционный торг)
3. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере?
Все знают, что Александр Александрович Блок родился и воспитывался в высоко-культурной дворянско-интеллигентской семье.
(ставка на ложный стыд)
4. Какая полемическая уловка использована в приведенном примере?
Вы, как человек умный, конечно, согласитесь, что проблема экологии является актуальнейшей проблемой сегодняшнего дня.
(подмазывание аргумента)

5. Охарактеризуйте по структуре следующий вопрос: Так вы будете это делать или нет?

(закрытый (уточняющий), альтернативный)

6. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: мне очень жаль, но я не смогу этого сделать

(отказ- сожаление)

7. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: я вынужден отказаться от этого предложения

(отказ-вынужденность)

8. Какой вид отказа реализуется в следующем примере: боюсь, что это невозможно (отказ-опасение)

9. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса:

Несколько вопросов предлагаются к рассмотрению в виде «пакета», т.е. обсуждаются не отдельные вопросы, а весь комплекс в целом. В «пакете» могут быть увязаны как привлекательные, так и непривлекательные для оппонента предложения (но выигрышные для нас). Если оппонент крайне заинтересован в привлекательной для него части комплекса, то высока вероятность того, что он согласится на «пакет» в целом.

(прием пакетирования)

10. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Участники переговоров демонстрируют крайнюю заинтересованность в решении какого-либо вопроса, который на самом деле является для них второстепенным. Затем вопрос снимается и таким образом создается видимость уступки.

(расстановка ложных акцентов в собственной позиции)

11. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: В результате переговоров вырабатывается решение, в формулировку которого одна из сторон «заложила» двойной смысл, оставшийся незамеченным оппонентом. Затем соглашение трактуется в своих интересах без нарушения сути.

(двойное толкование)

12. Как называется следующий тактический прием переговорного процесса: Одна из сторон выдвигает требование, нежелательное для оппонента и безразличное для себя. Цель – получить уступку в обмен на то, что это требование будет снято.

(вымогательство)

13. Как называется тактический прием переговорного процесса, суть которого заключается в медленном приоткрывании собственной позиции с целью затянуть переговоры и получить как можно больше информации от другой стороны.

(салями)

14. Какая полемическая уловка использована в следующем примере: Вот доживете до моих лет, тогда и будете рассуждать

(ссылка на свой возраст)

15. Как называется полемическая уловка, в ходе которой анализируются не только и не столько доводы, сколько мотивы, которые заставили их высказать (например: «Вы так утверждаете из упорства»)

(Чтение в сердцах)

16. Как называется спор с целью выявления истины?

(дискуссия)

17. Как называется спор с целью отстоять свое мнение?

(полемика)

18. Что такое аргумент?

(исходное высказывание, необходимое для построения умозаключения)

19. Как называется способ аргументации, при котором сила аргументов уменьшается от начала к концу аргументации?

Нисходящая (или убывающая)

20. Как называется способ аргументации, при котором излагаются и аргументы «ЗА», и аргументы «ПРОТИВ»?
(двусторонняя)

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Перечень вопросов к зачету (с оценкой):

1. Основные понятия теории спора. Переговоры как один из видов обсуждения противоречий между людьми.
2. Виды споров.
3. Условия эффективного спора
4. Понятие позиции и интереса в переговорном процессе.
5. Виды переговоров. Структура переговорного процесса.
6. Понятие коммуникативной позиции участника переговорного процесса
7. Подготовка к переговорам. Организация переговоров.
8. Деловой стиль оппонента и его учет в переговорном процессе
9. Аргументация и убеждение: соотношение понятий
10. Понятие аргумента. Требования к подбору аргументов. Виды аргументов.
11. Способы аргументации
12. Опровержение Приемы повышения убедительности изложения
13. Вопросы как прием управления поведением оппонента. Ответы на вопросы.
14. Тактические приемы, используемые в ходе переговорного процесса.
15. Полемические уловки
16. Деловое слушание
17. Способы выражения несогласия
18. Приемы построения эффективного отказа
19. Виды непонимания (внешние, внутренние и др. барьеры)
20. Роль внешности в переговорном процессе.
21. Завершение переговоров.
22. Свертывание диалога
23. Анализ результатов переговоров. Типы принимаемых решений Специфика телефонных переговоров
24. Национальные особенности ведения переговоров.

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 низжестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера	отлично	зачтено	86-100

		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 низжестоящий 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. Психология общения и переговоров : методическое пособие / сост. С. С. Новикова. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 45 с. - ISBN 978-5-9765-4774-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852356>. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Козьяков Р. В. Психология переговоров. Учебно-методический комплекс/ Р. В. Козьяков/ - Москва: Директ-Медиа, 2014. – 33 с. - ISBN: 978-5-4458-3619-3. - <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=226085 >
2. Костюхин, Ю. Ю. Переговорный процесс : учебник / Ю. Ю. Костюхин, Д. Ю. Савон. - Москва : Издательский Дом НИТУ «МИСиС», 2022. - 179 с. - ISBN 978-5-907560-15-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1914827>. – Режим доступа: по подписке.
3. Круглова, С. А. Деловая коммуникация : учебное пособие : [16+] / С. А. Круглова, И. В. Щербакова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 88 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

page=book&id=618860 . – ISBN 978-5-4499-2612-8. – DOI 10.23681/618860. – Текст : электронный.

4. Кузнецов И. Н. Название: Деловое общение: Учебное пособие./ И. Н. Кузнецов.- 5-е изд Москва: Дашков и К° Год: 2012. - 528 с. - ISBN: 978-5-394-01739-1 – <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=112230 >
5. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров: Учеб.пособие для студентов вузов / М. М. Лебедева. - М.: Аспект Пресс, 2010. -192 с. - ISBN: 978-5-7567-0571-3. - <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104354 >

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Традиции и национальные приоритеты культуры современной России»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Калининград
2026

Лист согласования

Составитель: Дьякова Т. А., доктор культурологии, профессор, Алиханова В. Л., преподаватель

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Традиции и национальные приоритеты культуры современной России»
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: «Традиции и национальные приоритеты культуры современной России».

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у студентов систематизированных научных представлений и компетенций, позволяющих правильно понимать характер современных культурных процессов в обществе, анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, соотносить полученные знания со своей профессиональной деятельностью.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- 1) усвоение студентами системы знаний о важнейших этнических, конфессиональных, ценностных, идеологических процессах современного общества;
- 2) ознакомление будущих специалистов с актуальными методиками изучения и описания современных процессов межкультурного взаимодействия, анализа и оценки цифровой культуры, культурной политики и креативных индустрий;
- 3) формирование умений и навыков мониторинга социокультурных процессов в обществе, особенностей региональной культурной среды.

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 к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учетом приоритетов собственной деятельности и национального развития	УК-1.9 Анализирует системы ценностей и учитывает их особенности в социальном взаимодействии УК-1.10 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп, а также приоритетов национального развития	Знать: - основные ценностные и идеологические системы; - основы этики; особенности исторического развития ценностных систем; - теоретические основы технологий организации массовой социально-культурной деятельности в коллективе Уметь: - применять ценностные системы в управлении проектами; формулировать системы ценностей в коллективе; использовать знания ценностных и идеологических систем в профессиональной деятельности; - определять цели и задачи межкультурного профессионального взаимодействия в условиях различных этнических, религиозных ценностных систем, выявление возможных проблемных ситуаций. Владеть: - ценностным аппаратом различных эпох; навыками анализа ценностных и идеологических систем; навыками обоснования

		актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии; - способами интеграции работников, принадлежащих к разным культурам в производственной команде.
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса при создании медиапродуктов. ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах. ОПК-3.3 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. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.	Знать: - тенденции развития отечественного и культурного процесса; - основные произведения искусства, тенденции развития культур различных стран и народов. Уметь: - прогнозировать тенденции развития культуры, создавать медиапродукт на основании прогнозов; - анализировать потребности потребителей медиапродукта, реализовывать проекты в медиaprостранстве. Владеть: - навыками работы в медиадискурсе, навыками коммуникации при создании медиапродукта; - навыками создания медиатекстов, навыками реализации и использования коммуникационных продуктов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» представляет собой обязательную дисциплину образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направление «Управление коммуникациями 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), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная ра-

бота, 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 практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Понятие культуры, её структура и функции	Понятие культуры и подходы к ней. Структура культуры: материальная и духовная культура. Культура и мир (культура и ландшафт, культура и общество). Культура и цивилизация.
2	Межкультурное взаимодействие в современном обществе	Понятие и особенности межкультурных взаимодействий. Теория культурных изменений Г. Хофстеде. Концепция «культурной грамматики» Э. Холла. Особенности межкультурных взаимодействий в эпоху глобализации.
3	Аккультурация и межкультурная коммуникация миграции	«Аккультурация» и «адаптация»: понятия и особенности. Основные подходы и теории аккультурации. Стратегии аккультурации по Дж. Берри: ассимиляция, интеграция, сепарация, маргинализация. Этноконфессиональный контекст современных миграций.
4	Понятие культурной политики и её особенности в современной России.	Понятие и виды культурной политики. Основные направления развития общества в современной культурной политике России. Межкультурные коммуникации как важнейший механизм в реализации культурной политики. Сохранение культурного наследия как государственная цель.

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

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *лекционных* занятий:

Тема 1. Понятие культуры, её структура и функции

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в современном обществе

Тема 3. Аккультурация и межкультурная коммуникация миграции

Тема 4. Понятие культурной политики и её особенности в современной России.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Понятие культуры, её структура и функции: Понятие культуры и подходы к ней. Структура культуры: материальная и духовная культура. Культура и мир (культура и ландшафт, культура и общество). Культура и цивилизация.

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в современном обществе: Понятие и особенности межкультурных взаимодействий. Теория культурных изменений Г. Хофстеде.

Концепция «культурной грамматики» Э. Холла. Особенности межкультурных взаимодействий в эпоху глобализации.

Тема 3. Аккультурация и межкультурная коммуникация миграции: «Аккультурация» и «адаптация»: понятия и особенности. Основные подходы и теории аккультурации. Стратегии аккультурации по Дж. Берри: ассимиляция, интеграция, сепарация, маргинализация. Этноконфессиональный контекст современных миграций.

Тема 4. Понятие культурной политики и её особенности в современной России: Понятие и виды культурной политики. Основные направления развития общества в современной культурной политике России. Межкультурные коммуникации как важнейший механизм в реализации культурной политики. Сохранение культурного наследия как государственная цель.

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.

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
Проблемы межкультурных взаимодействий	УК-1	Контрольная работа № 1 (КИМ №1)
Культурная политика современной России	УК-1, ОПК-3	Зачёт

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний.

Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: устный опрос, письменная работа (1 в семестре)

Перечень заданий для устных опросов

1. Понятие культуры и подходы к ней.
2. Структура культуры: материальная и духовная культура.
3. Культура и мир (культура и ландшафт, культура и общество).
4. Культура и цивилизация.
5. Понятие и особенности межкультурных взаимодействий.
6. Теория культурных изменений Г. Хофстеде.
7. Концепция «культурной грамматики» Э.Холла.
8. Особенности межкультурных взаимодействий в эпоху глобализации.
9. «Аккультурация» и «адаптация»: понятия и особенности.
10. Основные подходы и теории аккультурации.

11. Стратегии аккультурации по Дж. Берри: ассимиляция, интеграция, сепарация, маргинализация.
12. Этноконфессиональный контекст современных миграций.
13. Понятие постиндустриальной массовой культуры.
14. Эволюция массовой культуры от 1960-х гг. к 2000-м гг.
15. Функции массовой культуры.
16. Культура книги и культура экрана.
17. Возможна ли аристократия в массовом обществе?
18. Человек и мир в массовом сознании.
19. Гендерный аспект массового общества.
20. Творческий и трудовой потенциал массового человека.
21. Понятие и виды культурной политики.
22. Основные направления развития общества в современной культурной политике России.
23. Межкультурные коммуникации как важнейший механизм в реализации культурной политики
24. Сохранение культурного наследия как государственная цель.

Перечень заданий для контрольной работы

Тема «Проблемы межкультурных взаимодействий»

Вариант 1 Дайте краткие ответы на следующие вопросы:

1. Понятие культуры и подходы к ней.
2. Культура и мир (культура и ландшафт, культура и общество).
3. Концепция «культурной грамматики» Э.Холла.

Вариант 2 Дайте краткие ответы на следующие вопросы:

1. Структура культуры: материальная и духовная культура.
2. Особенности межкультурных взаимодействий в эпоху глобализации.
3. Основные подходы и теории аккультурации.

Вариант 3 Дайте краткие ответы на следующие вопросы:

1. Культура и цивилизация.
2. Теория культурных изменений Г. Хофстеде.
3. Этноконфессиональный контекст современных миграций.

Перечень тестовых заданий

Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям).

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Кто НЕ являлся лауреатом Нобелевской премии?

- ☐ И. Бродский
- ☐ И. Павлов
- ☐ М. Горбачев
- ☐ Л. Толстой

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Кому был установлен первый светский памятник в Москве?

- ☐ Юрию Долгорукому
- ☒ **Минину и Пожарскому**
- ☐ Александру I
- ☐ Пушкину А.С.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Русский социолог Н.Я. Данилевский в книге «Россия и Европа» указывал, что:

- ☒ **у России свой специфический путь развития, отличный от Европы**
- ☐ Россия и Европа должны консолидироваться для достижения высоких показателей культуры
- ☐ Россия является частью европейской культуры
- ☐ России никогда не догнать Европу по темпам развития

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

В честь принятия христианства в Киеве был построен каменный храм по аналогии с византийским. Как он назывался?

- ☒ **Софийский собор;**
- ☐ Дмитровский собор
- ☐ Михайловская церковь
- ☐ Троицкая церковь

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Какой орден был на Руси высшим?

- ☐ Св. Георгия Победоносного
- ☒ **Св. Андрея Первозванного**
- ☐ Св. Князя Владимира
- ☐ Св. Александра Невского

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Какой довод убедил князя Владимира принять христианство в Древней Руси?

- ☐ византийское богослужение не требовало больших финансовых затрат
- ☒ **византийская церковь разрешала богослужение на национальном языке**
- ☐ византийское богослужение соответствовало древнерусским традициям
- ☐ византийское богослужение ограничивало в правах женщин

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Кто из художников не входил в «Товарищество передвижных художественных выставок»?

- ☐ И. Крамской
- ☒ **К. Брюлов**
- ☐ И. Репин
- ☐ Н.А. Ярошенко

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

В состав группы «Мир искусства» (1899-1904) входили выдающиеся живописцы. Кто именно?

- ☒ **А. Бенуа, Л. Бакст, Ю. Сомов**
- ☐ И. Шишкин, М. Сарьян, И. Грабарь
- ☐ М. Шагал, В. Татлин, П. Филонов
- ☐ П. Кузнецов, П. Уткин, А. Матвеев

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Культурная политика решает задачу... .

- ☐ пропаганды господствующих в обществе ценностей за рубежом
- ☐ поддержание среди граждан лояльности по отношению к правительству
- ☐ **поддержания и трансляции культуры**
- ☐ прогнозирования культурного развития

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Результат погружения в незнакомую культуру неподготовленного посетителя – это ...

- ☐ культурная революция;
- ☐ культурный взрыв;
- ☐ культурный коллапс;
- ☐ **культурный шок.**

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Для американской модели финансирования культурной политики характерно:

- ☐ **слабая роль государственной власти, основную долю финансирования дают частные спонсоры, фонды и физические лица**
- ☐ частное финансирование наряду с государственным и общественным
- ☐ определение правительством лишь общей суммы дотаций на культуру и не участие в их распределении, эту функцию осуществляют независимые административные органы, которые, в свою очередь, право распределения финансовых средств передают специальным комитетам и группам экспертов
- ☐ доминирующая роль государства в финансировании культуры

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

В какой модели финансирования культурной политики государство, само не слишком щедро субсидируя искусство, стимулирует общество вкладывать средства в некоммерческие организации отрасли культуры?

- ☐ **«государство-вдохновитель»**
- ☐ «государство-патрон»
- ☐ «государство-архитектор»
- ☐ «государство-инженер»

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный вариант ответа:

В какой модели финансирования культурной политики государство определяет лишь общий уровень поддержки культуры, выделяя соответствующие финансовые средства, непосредственным распределением которых между конкретными организациями занимаются независимые от правительства посреднические организации?

- ☐ «государство-вдохновитель»;
- ☐ **«государство-патрон»;**
- ☐ «государство-архитектор»;
- ☐ «государство-инженер».

ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа:

Русский классик, автор романа «Воскресенье» – ... ?

- ☐ **Л.Н. Толстой**
- ☐ И.С. Тургенев
- ☐ Ф.М. Достоевский
- ☐ И.А. Бунин

ЗАДАНИЕ 15. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является кинорежиссёром, сценаристом, теоретиком искусства, режиссёром ленты «Броненосец Потёмкин»?

- ☐ Андрей Кончаловский
- ☒ **Сергей Эйзенштейн**
- ☐ Александр Довженко
- ☐ Сергей Бондарчук.

ЗАДАНИЕ 16. Выберите правильный вариант ответа:

Кто является композитором, автором музыки к балетам «Лебединое озеро» и «Щелкучик»?

- ☐ Игорь Стравинский
- ☐ Петр Чайковский
- ☒ **Пётр Чайковский**
- ☐ Сергей Прокофьев

ЗАДАНИЕ 17. Выберите правильный вариант ответа:

Композитор, автор оперы «Иван Сусанин» – ... ?

- ☐ Дмитрий Шостакович
- ☐ Сергей Рахманинов
- ☒ **Михаил Глинка**
- ☐ Пётр Чайковский

ЗАДАНИЕ 18. Выберите правильный вариант ответа:

Ключевая фигура музыкального модернизма, автор балетов «Жар-птица» и «Петрушка»?

- ☒ **Игорь Стравинский**
- ☐ Сергей Рахманинов
- ☐ Михаил Глинка
- ☐ Дмитрий Шостакович

ЗАДАНИЕ 19. Выберите правильный вариант ответа:

Общение Древней Руси с Византией способствовало развитию славянской письменности, созданной в IX веке ... на основе греческой азбуки.

- ☐ Борисом и Глебom
- ☒ **Кириллом и Мефодием**
- ☐ Феодосием Курским
- ☐ Даниилом Заточником

ЗАДАНИЕ 20. Выберите правильный вариант ответа:

Первая книга, которую выпустили в Москве Иван Фёдоров и Пётр Мстиславе в 1564 году ?

- ☐ «Задонщина»
- ☒ **«Апостол»**
- ☐ «Библия»
- ☐ «Апокриф»

ЗАДАНИЕ 21. Выберите правильный вариант ответа:

Выберите культуру, в основе которой лежат особенности природной среды региона, представления об общности происхождения, о совместной исторической практике предков.

- ☐ массовая
- ☐ древняя

☐ **этническая**

☐ элитарная

ЗАДАНИЕ 22. Выберите правильный вариант ответа:

Создание Московского университета, подготовка основ общенационального литературного языка, обоснование ведущей роли науки и просвещения в обществе связано с именем

☐ А.С. Хомякова

☐ Петра I

☐ В. О. Ключевского

☐ **М. В. Ломоносова**

ЗАДАНИЕ 23. Выберите правильный вариант ответа:

Кто такие меценаты?

☐ богатые люди

☐ **людей, которые безвозмездно тратят средства на благотворительность**

☐ люди, участвующие в проектах учреждений культуры

☐ лояльные к правительству бизнесмены

ЗАДАНИЕ 24. Выберите правильный вариант ответа:

Кто из русских меценатов помогал создавать Московский художественный театр?

☐ Савва Мамонтов

☐ **Савва Морозов**

☐ Алексей Бахрушин

☐ Сергей Дягилев

ЗАДАНИЕ 25. Выберите правильный вариант ответа:

Укажите период в советской истории, получивший имя по названию повести Ильи Эренбурга.

☐ Сталинский ампир

☐ **Оттепель**

☐ Брежневский застой

☐ Военный коммунизм

ЗАДАНИЕ 26. Выберите правильный вариант ответа:

Какой русский философ называл культуру России конца 19 – начала 20 вв. «духовным Ренессансом»?

☐ **Н.А. Бердяев**

☐ П.А. Флоренский

☐ В.С. Соловьёв

☐ Н.Ф. Фёдоров

ЗАДАНИЕ 27. Выберите правильный вариант ответа:

Кому из русских культурологов принадлежит заслуга разработки научного направления «экология культуры»?

☐ М.М. Бахтин

☐ А.Я. Флиер

☐ **Д.С. Лихачёв**

☐ М.Н. Эпштейн

ЗАДАНИЕ 28. Выберите правильный вариант ответа:

Скульптурный памятник Петру 1, известный как «Медный всадник», создал скульптор

- ☐ А.М. Опекушин
- ☐ И.П. Мартос
- ☐ П.К. Клодт
- ☐ **Э.М. Фальконе**

ЗАДАНИЕ 29. Выберите правильный вариант ответа:

Что НЕ входит в состав основных направлений деятельности департаментов культуры в РФ?

- ☐ Охрана исторического и культурного наследия
- ☐ Создание условий для реализации каждым человеком его творческого потенциала
- ☐ Обеспечение доступа граждан к знаниям, информации, культурным ценностям и благам
- ☐ **Анализ и научное обоснование культуры в её историческом развитии**

ЗАДАНИЕ 30. Выберите правильный вариант ответа:

Какая характеристика подходит для определения менталитета?

- ☐ Профессиональные качества личности
- ☐ **Образ мыслей и особенности мировосприятия**
- ☐ Врождённые особенности темперамента
- ☐ Способность увлечь за собой других людей

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Как называется процесс приобретения одним народом тех или иных форм культуры другого народа, происходящий в результате их общения?

Ответ: аккультурация.

ЗАДАНИЕ 2. Как назывался первый музей в России, учреждённый Петром 1?

Ответ: Кунсткамера.

ЗАДАНИЕ 3. Укажите не менее 3 наименований праздников, традиции которых уходят в язычество, в наши дни продолжают отмечать?

Пример ответа: Святки, Масленица, день Ивана Купалы.

ЗАДАНИЕ 4. Кого считали на Руси главной покровительницей женщин и материнства?

Ответ: Пресвятая Богородица.

ЗАДАНИЕ 5. Когда в России стали делать первые матрёшки (в ...-х годах)?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 1890

ЗАДАНИЕ 6. При каком правителе в России возникла традиция отмечать Новый год в ночь с 31 декабря на 1 января?

Ответ: при Петре I

ЗАДАНИЕ 7. Сколько объектов материального и нематериального наследия из России входит в список охраняемых объектов ЮНЕСКО?

(укажите целое число цифрами)

Ответ: 29

ЗАДАНИЕ 8. В каком году и где в России состоялся первый киносеанс?
(через запятую укажите год и город проведения киносеанса)

Ответ: 1896, Санкт-Петербург

ЗАДАНИЕ 9. Какой российский фильм и когда впервые получил Золотую пальмовую ветвь Каннского кинофестиваля?

(через запятую укажите фамилию режиссера ленты, название фильма, год получения премии)

Ответ: Калатозов, Летят журавли, 1958

3) открытые задания (мини-кейсы, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Что символизируют цвета российского флага?

Ответ: Во времена Российской империи белый цвет символизировал свободу, синий — Богородицу, которая своим покровом оберегала всю страну, а красный — державность государства.

ЗАДАНИЕ 2. Определите название литературного источника по следующему фрагменту текста:

«Младый шляхтич, или дворянин, ежели в обучении совершен, а наипаче в языках, в конной езде, танцевании, в шпажной битве, и может добрый разговор учинить и в книгах научен, оный может прямым придворным человеком быть... Об одном деле дважды себе приказывать не давай. Охотно ходи в церкви и школы...».

Ответ: Юности честное зерцало

ЗАДАНИЕ 3. О каком культурном явлении идёт речь в тексте времён Петра I?

«Они устроены на манер петербургских, которые, по именному повелению императора, бывают ежегодно зимою. Во-первых, они распределяются между всеми вельможами, но без соблюдения особенного порядка или последовательности; здешний комендант спрашивает или его величество, у кого он прикажет быть собранию, или самих вельмож, когда и как им удобнее, и затем, прежде нежели общество разойдется, объявляет гостям, где им собраться в следующий раз».

Ответ: Ассамблеи

ЗАДАНИЕ 4. Национальный проект «Культура» предполагает «меры, направленные на цифровизацию услуг и формирование информационного пространства. Укажите не менее 3 проявлений этих задач в музее.

Верные проявления, которые могут быть указаны в ответе: оцифровка фондов, создание каталогов коллекции, сайт, включение IT-технологий в экспонирование

ЗАДАНИЕ 5. Приведите примеры российских музеев к каждому типу: краеведческий, литературный, художественный, мемориальный, музей-заповедник, ведомственный, учебный.

Пример ответа: Воронежский областной краеведческий музей, Воронежский областной литературный музей им. И.С. Никитина, музей, Третьяковская галерея, Мемориальный музей-квартира К.А. Тимирязева, Музей-заповедник «Тарханы», Музей истории железной дороги, Музей почв ВГУ.

ЗАДАНИЕ 6. Приведите примеры российских театров к каждому типу: музыкальный, драматический, кукольный, детский.

Пример ответа: Мариинский театр, МХАТ им. А.П. Чехова, Государственный академический центральный театр кукол имени С.В. Образцова, РАМТ

ПРИМЕР 7. Проблема состояния русского языка рассматривается как приоритетное направление культурной политики РФ. Укажите не менее 3 действий, в которых это проявляется?

Верный действия, которые могут быть указаны в ответе: повышение уровня грамотности, противодействие иноязычной лексике, сквернословию, обучение на русском языке.

ЗАДАНИЕ 8. В чём проявляется система государственных мер, направленных на преодоление культурно-коммуникативной апатии населения? (укажите не менее 3 примеров принятых мер)

Пример ответа: Пушкинская карта, нацпроекты, гранты.

ЗАДАНИЕ 9. Какие инициативы государства ведут к преодолению культурной изоляции? (укажите не менее 3 инициатив)

Верные инициативы, которые могут быть указаны в ответе: проведение фестивалей, обмен выставками, перевод книг, цифровизация культурных коллекций.

ЗАДАНИЕ 10. Назовите по 3 имени представителей русской классической традиции и русского авангарда.

Пример ответа: А.С. Пушкин, П.И. Чайковский, И.Е. Репин, В.В. Маяковский, А.Г. Шнитке, К.С. Малевич.

ЗАДАНИЕ 11. Приведите не менее 2 примеров привития русской культурной традиции молодёжи?

Пример ответа: знакомство с русской литературной классикой, фольклором; празднование традиционных праздников.

Фонд оценочных средств сформированности компетенций

Вариант 2

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Кто является автором произведений «Бурлаки на Волге», «Не ждали», «Орест пропагандиста»

- Василий Григорьевич Перов
- **Илья Ефимович Репин**
- Суриков Василий Иванович
- Виктор Михайлович Васнецов.

ЗАДАНИЕ 2. Период в советской истории, получивший имя по названию повести Ильи Эренбурга.

- Время застоя
- **Оттепель**
- Серебряный век
- Железный занавес.

ЗАДАНИЕ 3. Эта книга является первой точно датированной книгой в Московской Руси

- **Апостол**
- Букварь
- История государства российского
- Юности честное зерцало.

ЗАДАНИЕ 4. Кем был в русской истории Иван Фёдоров?

- Летописец
- Священник
- **Первопечатник**
- Учёный.

ЗАДАНИЕ 5. Храмы в этом стиле на Руси появились на рубеже XV – XVI веков. Их возникновение связано с традицией строительства храмов-памятников, приуроченных к какому-либо важному событию. Что это за стиль?

- Романский
- Крестово-купольный
- **Шатровый**
- Готический.

ЗАДАНИЕ 6. Самое большое здание, возведенное в России в первой половине XIX века, собор в Петербурге, который строили 40 лет

- **Исаакиевский собор**
- Казанский собор
- Александро-Невская лавра
- Спас на крови.

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Кто из художников не входил в «Товарищество передвижных художественных выставок»?

- ☐ И. Крамской
- ☐ **О. Кипренский**
- ☐ И. Репин
- ☐ Н.А. Ярошенко.

ЗАДАНИЕ 8. Покровительницей брака и семьи в языческом религиозном культе славян была:

- **Лада**
- Феврония
- Мокошь
- Жива

ЗАДАНИЕ 9. Период в истории русской культуры, хронологически связываемый с началом XX в., называется:

- **Серебряным веком**
- Миром искусства
- Золотым веком
- Ренессансом.

ЗАДАНИЕ 10. Ф.С. Рокотов работал в жанре

- **портрета**
- пейзажа
- бытового жанра
- натюрморта

ЗАДАНИЕ 11. Парсуна — это:

- графическая зарисовка

- **иконописное изображение исторического лица**

- тип храма

- живопись по сырой штукатурке

ЗАДАНИЕ 12. Автор музыки к балету «Лебединое озеро»

- С.В. Рахманинов

- **П.И. Чайковский**

- М.П. Мусоргский

- Н.А. Римский-Корсаков

ЗАДАНИЕ 13. Что из перечисленного не является целью Культурной политики РФ?

- Выявление, изучение, охрана, реставрация и использование объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), сохранение исторической среды городов и поселений, в том числе малых городов;

- Художественная литература, кинематография, сценическое, пластическое, музыкальное искусство, архитектура и дизайн, фотоискусство, другие виды и жанры искусства;

- Народные художественные промыслы и ремесла, народная культура в таких ее проявлениях, как языки, диалекты и говоры, фольклор, обычаи и обряды, исторические топонимы;

- **Этические нормы и правила поведения граждан.**

ЗАДАНИЕ 14. Какая тенденция современного социального изменения не имеет негативного характера?

- Девальвация общепризнанных ценностей и искажение ценностных ориентиров

- **Снижение уровня маргинальности**

- Разрыв социальных связей (дружеских, семейных, соседских)

- Снижение интеллектуального и культурного уровня общества

ЗАДАНИЕ 15. С каким художественным творчеством связан известный народный промысел Филимоново?

- Роспись подносов

- Кружево

- **Глиняная игрушка**

- Чеканка

ЗАДАНИЕ 16. Что соответствует определению: «одна из форм народного творчества, деятельность по созданию художественных изделий утилитарного и декоративного назначения, осуществляемая на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определённой местности» ?

- Искусство

- Декоративно-прикладное искусство

- **Народный художественный промысел**

- Хобби

ЗАДАНИЕ 17. Характеристика какого стиля соответствует описанию: «Роспись производится обычно по чёрному фону (иногда по красному, синему, зелёному, серебряному). Основной мотив росписи — цветочный букет простой композиции, в котором чередуются крупные садовые и мелкие полевые цветы» ?

- **Жостово**

- Палех

- Гжель

- Городецкая роспись

ЗАДАНИЕ 18. Развитие и защита русского языка является важной целью культурной политики РФ. Какой аргумент не рассматривается в качестве основания для этого?

- **Русский язык является благозвучен.**

- Русский язык — основа и залог нашего культурного и государственного единства многонациональной страны.

- Русский язык в высшей степени способен к адаптации слов и понятий, рожденных иными языками и культурами, без разрушения своей собственной природы и законов своего развития.

- Русский язык способен отражать и присущие каждому историческому этапу развития нашего общества особенности и проблемы

ЗАДАНИЕ 19. С чем связывают празднование Масленицы?

- С началом торговли маслом на ярмарках
- С завершением процесса приготовления масла
- **С победой весны над зимой**
- С завершением великого поста

ЗАДАНИЕ 20. Когда празднуется Троица, символизирующая божественное триединство?

- **Через семь недель после Пасхи, в воскресенье**
- После празднования Рождества на сороковой день
- В начале весны
- С наступлением осени

ЗАДАНИЕ 21. Каким меценатом были организованы «Русские сезоны» за границей, выступления оперы и балета в начале XX века.

- **С. П. Дягилевым**
- С. И. Мамонтовым
- П.М. Третьяков
- А.А. Бахрушин

ЗАДАНИЕ 22. Русская авангардная живопись представлена следующим именем:

- И. Репин
- **К. Малевич**
- К. Брюлов
- К. Сомов

ЗАДАНИЕ 23. Режиссёр фильма «Броненосец «Потёмкин»»

- Всеволод Пудовкин
- **Сергей Эйзенштейн**
- Андрей Тарковский
- Сергей Герасимов

ЗАДАНИЕ 24. Крупнейший в мире музей русского искусства, уникальный архитектурно-художественный комплекс в историческом центре Санкт-Петербурга

- Эрмитаж
- Третьяковская галерея
- **Русский музей**
- Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина

ЗАДАНИЕ 25. Какой кинофестиваль проходит в Анапе?

- **Киношок**
- Белые столбы
- Кинотавр
- Зеркало

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

26. Первый публичный, общедоступный и профессиональный театр в России открылся в 1751 году. В каком городе это произошло?

Ответ: Ярославль.

27. Как называлось первое в Европе учебное заведение для женщин, открытое в 1764 году в Петербурге?

Ответ: Институт благородных девиц.

28. Этот памятник, созданный скульптором Э.М. Фальконе, стал одним из символов Петербурга, был посвящён основателю города, императору Петру I. Как он называется?

Ответ: Медный всадник.

29. 9 ноября 1863 года в Академии художеств произошёл «бунт четырнадцати». Выпускники отказались писать свои картины как сочинения на заданную тему, за что были исключены из состава студентов. Этот процесс дал рождение новому движению. Как стали называть этих художников?

Ответ: Передвижники.

30. Имя русского драматурга, чьи пьесы «Бедность не порок», «Доходное место» и другие почти три десятилетия шли на сценах Большого и Малого театров:

Ответ: А.Н. Островский.

31. Как называлась музыкальная группа, в которую входили композиторы М.А. Балакирев, М.П. Мусоргский, А.П. Бородин, Н.А. Римский-Корсаков и другие?

Ответ: «Могучая кучка»

32. Определите, о чём идёт речь в данном определении: «Совокупность принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры, а также сама деятельность государства в области культуры»?

Ответ: Культурная политика.

33. Выделите имя художника, который не являлся представителем соцреализма: В. И. Мухина, А. А. Дейнека, И. И. Бродский, Б. Е. Ефимов, И. Грабарь

Ответ: И. Грабарь

34. Русский духовный ренессанс проявился в творчестве русских философов Н. А. Бердяева, С. Н. Булгакова, В. С. Соловьёва. Кто из них автор работы «Душа России»?

Ответ: Н.А. Бердяев

35. Национальная театральная премия №1

Ответ: Золотая маска

36. Высшее почётное звание Российской Федерации в области изобразительного искусства

Ответ: Народный художник Российской Федерации

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1. Понятие культуры и подходы к ней.
2. Структура культуры: материальная и духовная культура.
3. Культура и мир (культура и ландшафт, культура и общество).
4. Культура и цивилизация.
5. Понятие и особенности межкультурных взаимодействий.
6. Теория культурных изменений Г. Хофстеде.
7. Концепция «культурной грамматики» Э. Холла.
8. Особенности межкультурных взаимодействий в эпоху глобализации.
9. «Аккультурация» и «адаптация»: понятия и особенности.
10. Основные подходы и теории аккультурации.
11. Стратегии аккультурации по Дж. Берри: ассимиляция, интеграция, сепарация, маргинализация.
12. Этноконфессиональный контекст современных миграций.
13. Понятие постиндустриальной массовой культуры.
14. Эволюция массовой культуры от 1960-х гг. к 2000-м гг.
15. Функции массовой культуры.
16. Культура книги и культура экрана.
17. Возможна ли аристократия в массовом обществе?
18. Человек и мир в массовом сознании.
19. Гендерный аспект массового общества.
20. Творческий и трудовой потенциал массового человека.
21. Понятие и виды культурной политики.
22. Основные направления развития общества в современной культурной политике России.
23. Межкультурные коммуникации как важнейший механизм в реализации культурной политики.
24. Сохранение культурного наследия как государственная цель.

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	<i>Включает низjestоя-</i>	хорошо		71-85

	и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	щий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать 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. Приоритетные направления государственной культурной политики Российской Федерации : учебное пособие : [16+] / под ред. В. Н. Грузкова ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 169 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483756> . – Библиогр.: с. 155-166. – Текст : электронный.
2. Введение в политическую теорию: курс лекций : учебное пособие : [16+] / под ред. Т. В. Карадже, А. Г. Глинчиковой ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Московский педагогический государственный университет. – Москва : Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2019. – 256 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563681> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4263-0753-7. – Текст : электронный.
3. Кочетков, В. В. Идентичность и культура в современных международных отношениях : учебное пособие / В. В. Кочетков ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва : Московский Государственный Университет, 2015. – 320 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595409> . – Библиогр.: с. 312-316. – ISBN 978-5-19-010864-4. – Текст : электронный.
4. Голобородько, А. Ю. Актуальные направления государственной культурной политики в контексте укрепления культурного суверенитета современной России / А. Ю. Голобородько, А. В. Понедельков, В. В. Стеценко ; Таганрогский институт им. А. П. Чехова (филиал) РГЭУ (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 140 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614470> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-2642-0. – Текст : электронный.

5. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен : учебное пособие : [16+] / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. – Санкт-Петербург : Издательство СПбКО, 2009. – 416 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209858> . – ISBN 978-5-903983-10-0. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Байрнс, У. Д. Менеджмент и культура=Management and the arts / У. Д. Байрнс ; под науч. ред. И. Чубарова ; пер. с англ. И. Кушнareвой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с. : ил. – (Исследования культуры). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7598-1102-2. – Текст : электронный.

2. Моисеев В. В. История России. С древнейших времен до наших дней : учебник для вузов / В. В. Моисеев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 733 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564646> (дата обращения: 27.09.2021). – Режим доступа: по подписке. – ISBN 978-5-4499-0212-2.

3. Перепелкин, Л.С. Проблема «Иного» в российской жизни: феномен социальных границ и объект национально-культурной политики / Л.С. Перепелкин. - Санкт-Петербург :Алетейя, 2018. - 113 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488164>

4. Подругина И. А. Проектно-исследовательская деятельность: развитие одаренности : монография / И. А. Подругина, И. В. Ильичева. – 2-е изд., исправ. и доп. – Москва : МПГУ, 2017. – 300 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469696>

5. Сидорина, Т.Ю. Культурные трансформации XX столетия: кризис культуры в оценке западноевропейских и отечественных мыслителей / Т.Ю. Сидорина. - Москва : Проспект, 2018. - 384 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494414>.

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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Управление геобрендом»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль) образовательной программы:
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»**

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Струкова Е.М., доцент

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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.
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: «Управление геобрендом».

Цель дисциплины:

— формирование у студентов комплекса знаний о месте геобрендинга в системе массовых коммуникаций, необходимых для установления коммуникативных связей при разработке проектов по геобрендингу;

— освоение коммуникативных инструментов геобрендинга, анализ коммуникативных практик, сложившихся на основе использования коммуникаций разного типа и опыта разносторонней работы с целевой аудиторией;

— приобретение навыков проектирования основных коммуникативных программ геобрендинга на региональном и федеральном уровне.

Необходимость изучения данного курса определяется реалиями коммуникационной сферы в условиях рыночной экономики, которые требуют четкого видения и научной обоснованности действий специалистов коммуникационной индустрии в области разработки конкурентоспособного бренда территории.

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 Планирует, организует и координирует все этапы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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.	Знать: теории и инструменты территориального брендинга; принципы формирования территориальных брендов; критерии оценки эффективности территориального бренда; принципы управления брендами регионов; принципы критического анализа проблемных ситуаций. Уметь: анализировать существующие бренды территорий; применять на практике технологии создания бренда территории; выявлять проблемы развития территориального брендинга; системно подходить к анализу и решению проблемной ситуации Владеть: демонстрировать способность и готовность анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны.
ОПК-6 Способен	ОПК-6.1 Знает основные	Знать: специфику территориального

отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	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.	брендинга в России; успешные практики брендинга туристских территорий; Уметь: анализировать факторы, способствующие развитию туристской дестинации, и определять возможности успешного рыночного позиционирования и продвижения привлекательного имиджа туристской территории; Владеть: навыками самостоятельной оценки ресурсов продвижения территории, разработки платформы бренда и плана его продвижения, а также навыками оценки эффективности деятельности по брендингу территории

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление геобрендом» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки магистрантов.

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, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга: содержание, взаимосвязь и различия.	Имиджевая и репутационная идентификация территории как коммуникативная цель. Непрерывность, системность и последовательность коммуникационной стратегии геобрендинга. Экономический аспект - поиск моделей управления проблемными зонами: создание рабочих мест, привлечение инвестиций. Максимизация доходов в бюджет. Символический и экономический капитал. Социальный аспект - рост качества жизни населения за счет формирования привлекательного для потенциальных инвесторов образа города.
2	Структура коммуникативной модели геобрендинга	Генетический код геобрендинга: исторические, культурные артефакты. Черты абсолютной уникальности территории как бренд-платформа. Территориальная идентичность. Всестороннее отражение образа города, его целостность. Общая стратегия развития региона как основа развития концепции геобренда. Субъект геобрендинга – городские органы власти, муниципальные органы, местные предпринимательские структуры, некоммерческие организации, ассоциации, экономические агентства, сообщества горожан. Влияние общественных трендов на конструирование бренда территории. Две составляющие коммуникации геобренда: дифференциация и соответствие морали, этике, «устойчивому развитию». Репутационные составляющие территории в оценке Россией и Европой. Эмоциональная составляющая геобрендинга. Добавленная стоимость территории.
3	Коммуникационные средства в геобрендинге	Стратегические, символические, рекламные и PR-инструменты геобрендинга. Рекламная кампания в брендировании территории. Проведение международных мероприятий, в том числе спортивных (Зимние олимпийские игры в Сочи). Публикации в традиционных и интернет-СМИ, участие территории в рейтингах инвестиционной привлекательности, информационные стенды, информационно-справочные пункты.
4	Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация	Коммуникация на 360 градусов строится с помощью всех необходимых современных ее средств с целью создания гармоничного и эффективного геобренда.
5	Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности.	Миссия, видение, философия – основа имиджа. Внешний имидж строится на базе информации из индексов и рейтингов, отечественных и зарубежных СМИ. Внутренний имидж формируется в сознании жителей с помощью комплекса мер. Визуальный имидж территории в ее архитектурном решении. Имидж жителей территории
6	Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге	Продвижение территории строится на основе ее бренда, структурируемого под воздействием таких территориальных единиц: университета, учебных заведений, культурной среды, малых и больших скульптурных форм, музейно-выставочных проектов, предметов мемориальных лиц, депутатского корпуса

		различных уровней законодательной власти, литературных брендов, людей-брендов и т.д. Названные бренды типизируются как проекты и материальные и интеллектуальные объекты. Территориально-локальные бренды напрямую связаны с целенаправленной деятельностью по формированию инвестиционной, инновационной, кадровой, туристической привлекательности местности. Брендинг территории и его мониторинг – важная составляющая государственной, региональной и муниципальной политики. Собственный геобренд – основа конкурентоспособности с другими территориями, базис продвижения территории, ключевой тезис в управлении на организационно-административном, муниципальном уровне.
7	Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории.	Внутренняя целевая аудитория: население, местное предпринимательство, органы власти. Внешняя целевая аудитория: потенциальные покупатели – туристы, инвесторы.
8	Технологии воздействия на целевую аудиторию	Использование механизмов внутреннего территориального брендинга для управления лояльностью внутренней целевой аудитории: система целенаправленных программных инициатив и мероприятий, осуществляемых (координируемых) территориальными органами власти и направленных на информирование внутренней целевой аудитории территории о ее достижениях и потенциале, также формирование чувства искренней преданности, патриотизма и желания помочь развивать ее конкурентоспособность. Инструменты внутреннего геобрендинга: а) массовой коммуникации – реклама, паблик рилейшнз, пропаганда, агитация, б) специализированные – отраслевые и тематические конкурсы, соревнования, мероприятия, события, в) индивидуальные - адресные программы, работа с людьми «паблисити». Развитие человеческого капитала территории способствует удовлетворенности внешней целевой аудитории, что приводит к увеличению прибавленной стоимости геобренда.
9	Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда	Конечный результат и критерии оценки успешности геобренда: продвижение территории в число ключевых регионов страны, разработка программ по созданию имиджа территории для внутреннего и внешнего рынков. Оценка силы бренда, его репутации привлекательности для потенциальных потребителей может производиться только потребителями бренда, а не экспертами или другими специалистами. Показатели коммуникативной эффективности геобрендинга: динамика узнаваемости бренда территории, отношение целевой аудитории к геобренду, запоминаемость геобренда, знание конкурентных преимуществ геобренда. Методы оценки: опросы, интервью, фокус-группы, мониторинг.

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

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

Тема 1: Коммуникационный, социальный и экономический аспекты геобрендинга: Новизна и разноаспектность научных подходов к проблеме создания бренда территории. Экономическая концепция брендинга территории: поиск и разработка моделей управления проблемными зонами территории. Социальный аспект разработки и проведения кампании геобрендинга. Коммуникативные цели брендинга территории

Тема 2: Структура коммуникативной модели геобрендинга: Генетический код геобрендинга: исторические, культурные артефакты. Черты абсолютной уникальности территории как бренд-платформа. Территориальная идентичность. Всестороннее отражение образа территории, его целостность. Общая стратегия развития региона как основа развития концепции геобренда. Субъект геобрендинга – городские органы власти, муниципальные органы, местные предпринимательские структуры, некоммерческие организации, ассоциации, экономические агентства, сообщества горожан. Влияние общественных трендов на конструирование бренда территории. Две составляющие коммуникации геобренда: дифференциация и соответствие морали, этике, «устойчивому развитию». Репутационные составляющие территории в оценке Россией и Европой. Эмоциональная составляющая геобрендинга. Добавленная стоимость территории.

Тема 3: Коммуникационные средства в геобрендинге: Стратегические, символические, рекламные PR-инструменты в геобрендинге. Рекламная кампания в брендинге территории. Проведение международных мероприятий, в том числе спортивных. Традиционные и интернет-СМИ в брендинге территории. Рейтинги инвестиционной привлекательности

Тема 4: Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация: Интегрированная коммуникация – коммуникация 360 градусов. Брендинг 360 градусов в поддержку коммуникации

Тема 5: Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности: Целевая аудитория (ЦА) геобрендинга: критерии выделения групп, цели программы геобрендинга и интересы ЦА. Группы внутренней и внешней целевой аудитории: степень участия в брендинге территории.

Тема 6: Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге: Модель колеса бренда. Модель капитала бренда государства К. Динни. Концепция бренда на основе конкурентной идентичности С. Анхольта.

Тема 7: Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории: Целевая аудитория в программе геобрендинга: критерии сегментирования, критерии выбора групп. Внутренняя и внешняя целевая аудитория

Тема 8: Технологии воздействия на целевую аудиторию: Технологические модели создания и продвижения геобренда как технологии воздействия на целевую аудиторию. Механизмы внутреннего территориального брендинга для управления лояльностью внутренней целевой аудитории. Технологии воздействия на внешнюю целевую аудиторию

Тема 9: Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда. Результаты программы геобрендинга: от небольшой территории до страны. Показатели коммуникативной эффективности геобренда. Методы оценки геобренда

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Коммуникационный, социальный и экономический аспекты геобрендинга.

Вопросы для обсуждения: Охарактеризуйте научную деятельность по изучению геобренда за рубежом и в России. Какие аспекты разработки геобренда приняты в научных концепциях геобрендинга? Каково содержание экономического аспекта геобрендинга? В чем заключается социальный аспект геобренда? Как обусловлена связь политико-технологического и социального аспектов геобрендинга? В чем суть коммуникативной

модели геобрендинга? Какие ведущие научные центры по созданию геобренда вам известны? Охарактеризуйте их деятельность

Тема 2: Структура коммуникативной модели геобрендинга

Вопросы для обсуждения: Раскройте содержание понятия «генетический код территории». Бренд-платформа в геобрендинге как способ продвижения территории. Что такое территориальная идентичность? Общая стратегия развития региона как основа геобрендинга. Назовите и охарактеризуйте субъектов геобрендинга. Репутационные составляющие территории в оценке Европы и России. Охарактеризуйте финансовую, эмоциональную, моральную составляющие геобрендинга. Раскройте содержание понятия «добавленная стоимость территории».

Тема 3: Коммуникационные средства в геобрендинге

Вопросы для обсуждения: Раскройте стратегическое планирование в геобрендинге. Какие символические инструменты могут быть использованы в брендинге территории? Какие рекламные инструменты используются в геобрендинге? Раскройте содержание рекламной кампании в брендинге территории. Какую роль играют международные мероприятия в проведении брендинга территории? Каковы функции интернет-СМИ в брендинге территории?

Тема 4: Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация

Вопросы для обсуждения: Целевая аудитория (ЦА) геобрендинга: критерии выделения групп, цели программы геобрендинга и интересы ЦА. Группы внутренней и внешней целевой аудитории: степень участия в брендинге территории.

Тема 5: Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности

Вопросы для обсуждения: По каким критериям может быть сегментирована целевая аудитория в геобрендинге? Как определяется отношение той или иной группы ЦА к целям программы геобрендинга? На какие группы традиционно делится ЦА в геобрендинге? Охарактеризуйте функции разных групп ЦА в проведении программы геобрендинга.

Тема 6: Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге

Вопросы для обсуждения: В чем суть Модели колеса бренда? Как работает Модель капитала бренда государства К. Динни? Какова концепция бренда на основе модели конкурентной идентичности С. Анхольта?

Тема 7: Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории

Вопросы для обсуждения: Рассмотреть примеры геобрендинга с точки зрения соответствия целевой аудитории. Охарактеризовать целевую аудиторию геобренда.

Тема 8: Технологии воздействия на целевую аудиторию

Вопросы для обсуждения: Рассмотреть примеры технологической модели колеса бренда в геобрендинге и воздействии на целевую аудиторию. Рассмотреть примеры технологий воздействия на внутреннюю целевую аудиторию. Рассмотреть примеры технологий воздействия на внешнюю целевую аудиторию.

Тема 9: Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда

Вопросы для обсуждения: Рассмотреть примеры коммуникативной эффективности региональных брендов как результатов программы геобрендинга.

Требования к самостоятельной работе студентов

Обучающийся самостоятельно выбирает одну тему из данного списка и сдает работу в письменном виде до начала зачетно-экзаменационной сессии:

1. Методы и инструменты определения генетического кода территории
2. Применение научных подходов к конструированию бренда территории.

3. Проведение исследовательской работы по определению проблемных зон территорий.
4. Исследование добавленной стоимости бренда территории как результата осуществления программы геобрендинга (на примере успешного геобренда)
5. Проведение мониторинга результатов влияния геобренда на целевую аудиторию.

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.

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 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. Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга: содержание, взаимосвязь и различия.	ОПК-1; ОПК-6	Выполнение тематических практических заданий по темам
Тема 2. Структура коммуникативной модели геобрендинга		Выполнение тематических практических заданий по темам. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 3. Коммуникационные	ОПК-1;	Тренинги по темам 3,4,7-9.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
средства в геобрендинге	ОПК-6	Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 4. Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация		Тренинги по темам 3,4,7-9. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 5. Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности.		Выполнение тематических практических заданий по темам. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 6. Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге		Выполнение тематических практических заданий по темам. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 7. Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории.		Тренинги по темам 3,4,7-9. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 8. Технологии воздействия на целевую аудиторию		Тренинги по темам 3,4,7-9.
Тема 9. Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда		Тренинги по темам 3,4,7-9

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

Тема 1. Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга

1	Вопрос: Современные конкурентные отношения территорий вызваны факторами: развитие производства, создание новых рабочих мест, перспективы социально-экономического развития.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) конкуренция территорий вызвана борьбой за инвестора
2	Вопрос: Какие направления разработки геобренда определены в современной науке?
	(два правильных ответа)
	а) коммуникационное
	б) экономическое
	в) географическое
3	Вопрос: В отличие от коммуникативного подхода к геобренду при экономическом подходе ставятся цели получить практически значимые технологии, материальные ресурсы для пополнения муниципального бюджета и др. материально выраженные прибыли.
	(один правильный ответ)
	а) данное определение верно
	б) данное определение не верно
	в) коммуникационная стратегия бренда – следствие экономического подхода

4	Вопрос: В чем заключается практическая значимость программы геобрендинга с точки зрения потенциальных инвесторов?
	(два правильных ответа)
	а) расширении направлений приложения инвестиций
	в) увеличении вариантов размещения потенциального бизнеса с использованием материальных и нематериальных доминант конкретных муниципальных образований
5	Вопрос: С точки зрения какого подхода предпринимается изучение имиджа региона как результата целенаправленного представления об объекте в сознании индивида, являющегося представителем конкретного социума?
	(один правильный ответ)
	б) социального
	в) экономического
6	Вопрос: Какое научное направление разработки геобренда нацелено на выявление социально значимых его характеристик?
	(один правильный ответ)
	б) социальное
	а) политическое
7	Вопрос: С точки зрения какого аспекта геобрендинга, понятие региона трактуется как исторически сложившееся социальное пространство, имеющее способность к самовоспроизводству и развитию?
	(один правильный ответ)
	в) политического
	б) экономического
8	Вопрос: С точки зрения коммуникационного подхода, геобрендинг – это...
	(два правильных ответа)
	а) коммуникационная стратегия в маркетинге территории
	б) стратегия повышения конкурентоспособности территорий
9	Вопрос: Что собой представляет бренд территории с точки зрения коммуникативного подхода?
	(один правильный ответ)
	а) совокупность ценностей, эмоций, ассоциаций потребителей о конкретном месте, его материальных и нематериальных характеристиках, местной культуре, которые формируют представления о привлекательности дан-

	ного места, об уровне качества и стоимости местных товаров и услуг и отличают его от других территорий.
	б) совокупность знаний об исторических и природных особенностях территории
	в) знания о комплексе возможностей и гарантиях реализации существенных интересов групп целевой аудитории бренда территории.
10	Вопрос: Каковы результаты бренда территории как эффективной коммуникационной стратегии?
	(два правильных ответа)
	а) продвижение территории в число ключевых регионов страны,
	б) развитие производственной базы территории
	в) разработка программ по созданию имиджа территории для внутреннего и внешнего рынков.

Тема 2. Структура коммуникативной модели геобрендинга

1.	Вопрос: Генетический код геобренда - это его основные формообразующие характеристики, такие как особое географическое и историческое положение.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) историческое положение не является формообразующей характеристикой
2.	Вопрос: Брендообразующим проектом может стать
	(два правильных ответа)
	а) проект развития территории для привлечения туристов
	б) образовательная программа
	в) корпоративное мероприятие
3.	Вопрос: Бренд-платформа – это ...
	(два правильных ответа)
	ключевой инструмент определения основных характеристик бренда.
	имидж территории, определяющий содержание геобренда
	в) преимущество бренда, позволяющее дифференцироваться в конкурентной среде и эффективно управлять брендом как важнейшим нематериальным активом.
4.	Вопрос: Ключевыми элементами бренд-платформы являются:
	(два правильных ответа)

	а) капитал бренда
	б) миссия бренда,
	в) видение бренда
5.	Вопрос: Идентичность бренда - совокупность атрибутов и элементов бренда, выражающих идею и ценности бренда; данная совокупность позволяет потребителям легко идентифицировать бренд.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение не верно
	в) идентичность бренда не связана с его ценностями
6.	Вопрос: Территориальная идентичность – результат двух процессов:
	(один правильный ответ)
	а) обобщения и выделения
	б) объединения и различения
	в) индивидуализации и типизации
7.	Вопрос: Субъект брендинга - это инициатор и непосредственный участник деятельности по формированию бренда территории.
	(два правильных ответа)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение не верно
	в) субъект не участвует в формировании бренда территории
8.	Вопрос: К субъектам геобренда можно отнести:
	(два правильных ответа)
	а) руководители предприятий культуры
	б) региональные и местные средства массовой информации
	в) отдельных индивидов, жителей данной территории.
9.	Вопрос: Соотнесите понятия.
	(один правильный ответ)
	а) имидж → репутация
	б) бренд → репутация

	в) бренд → имидж
10.	Вопрос: добавленная стоимость геобренда подразумевает, что он обладает воспринимаемыми преимуществами по сравнению с конкурирующими геобрендами:
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение не верно
	в) добавленная стоимость связана с увеличением продаж

Тема 3. Коммуникационные средства в геобрендинге

1.	Вопрос: Стратегическая коммуникация геобренда состоит из ...
	(два правильных ответа)
	а) миссии бренда
	б) легенды территории
	в) видения бренда
2.	Вопрос: Какую роль в брендировании территории играет программа социально-экономического развития региона?
	(один правильный ответ)
	а) раскрывает только видение бренда территории
	б) раскрывает только философию бренда территории
	в) содержательно определяет стратегический аспект программы геобрендинга
3.	Вопрос: Какие средства могут непосредственно визуализировать символическое наполнение геобренда?
	(два правильных ответа)
	а) логотип
	б) товарный знак
	в) образы лидеров региона, вымышленные персонажи
4.	Вопрос: Какие средства составляют аудиообраз символического содержания геобренда?
	(два правильных ответа)
	а) радиопередача
	б) аудиологотип
	в) плей-лист, фирменная песня (гимн)
5.	Вопрос: Слоган — лозунг или девиз, отражающий направления деятельности

	территории, качества ее товаров и услуг в прямой, иносказательной или абстрактной форме. (один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) слоган не отражает качество товаров, производимых на ее территории
6.	Вопрос: К носителям рекламной информации о геобренде относятся: (два правильных ответа)
	а) рекламные стикеры, майки, значки, посуда
	б) новостные публикации в интернет-СМИ
	в) прямая наружная реклама
7.	Вопрос: Рекламная кампания геобренда – это комплекс заранее спланированных рекламных мероприятий, направленных на целевую аудиторию геобренда, в определенный период времени и распределенных во времени так, чтобы одно рекламное мероприятие дополняло другое. (два правильных ответа)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) рекламная кампания неограниченна во времени и нелокализована.
8.	Вопрос: В рамках рекламной кампании геобренда разрабатывается: (два правильных ответа)
	а) серия рекламных жанров
	б) логотип и слоган территории
	в) товарная марка
9.	Вопрос: Как связаны рекламная концепция и концепция бренда территории? (один правильный ответ)
	а) рекламная концепция может создаваться независимо от концепции бренда территории.
	б) рекламная концепция создается одновременно с концепцией бренда территории
	в) рекламная концепция создается на основе концепции бренда территории
10.	Вопрос: Какие коммуникационные инструменты используются в геобрендинге? (два правильных ответа)

	а) масштабные международные мероприятия
	б) рейтинги инвестиционной привлекательности
	в) слоган
Тема 4. Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов	
1.	Вопрос: Интегрированная маркетинговая кампания — это единая многоканальная коммуникация, ориентированная на формирование диалогических (двухсторонних) отношений с целевой аудиторией.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) интегрированная маркетинговая кампания не является формой коммуникации
2.	Вопрос: Как относится коммуникация 360 градусов к интегрированной маркетинговой кампании (ИМК)?
	(один правильный ответ)
	а) ИМК – это часть коммуникации 360 градусов
	б) Коммуникация 360 градусов – это часть ИМК
	в) это наиболее полная ИМК с точки зрения используемых коммуникационных каналов
3.	Вопрос: Какую коммуникационную компанию можно назвать интегрированной?
	(один правильный ответ)
	а) если она проводится с помощью хотя бы двух коммуникационных каналов
	б) если она проводится с помощью всех возможных коммуникационных каналов
	в) если она проводится с помощью рекламного канала и паблик рилейшнз
4.	Вопрос: От чего зависит успех интегрированной коммуникационной кампании?
	(два правильных ответа)
	а) от качества подбора каналов коммуникации
	б) от определения сроков проведения кампании
	в) от качества работы с целевой аудиторией
5.	Вопрос: Какие свойства каналов коммуникации должны учитываться при их выборе в интегрированную коммуникацию?
	(два правильных ответа)
	а) количественный охват целевой аудитории

	б) репутационные характеристики объекта брендинга
	в) глубина вовлечения целевой аудитории в продвигаемый контент
6.	Вопрос: Какой эффект дает использование периодической печати как канала коммуникации в рамках ИМК?
	(два правильных ответа)
	а) создание устойчивого положительного интереса к бренду
	б) длительность обращения к целевой аудитории
	в) возможность создания и распространения имиджевых характеристик
7.	Вопрос: Какой эффект дает использование паблик рилейшнз как канала коммуникации в рамках ИМК?
	(два правильных ответа)
	а) глубину вовлечения целевой аудитории
	б) изменение лояльности целевой аудитории бренда
	в) создание устойчивого положительного интереса к бренду
8.	Вопрос: Каким свойством обязательно должно обладать сообщение в ИМК?
	(один правильный ответ)
	а) быть единым по своему содержанию
	б) быть кратким
	в) быть побудительным
9.	Вопрос: Какой главный эффект дает использование ИМК в геобрендинге?
	(один правильный ответ)
	а) отсутствие коммуникационных лагун в работе с целевой аудиторией
	б) последовательное решение большого количества задач и достижение глобальных целей
	в) параллельное решение большого количества задач и достижение глобальных целей
10.	Вопрос: Брендинг на 360 градусов подобно паутине опутывает и удерживает в одном комплексе целевую аудиторию, субъектов геобренда и рынок.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение не верно
	в) брендинг на 360 градусов не дает полного охвата целевой аудитории

Тема 5. Целевая аудитория (ЦА) в геобрендинге, группа целевой аудитории

1.	Вопрос: Какие критерии сегментирования целевой аудитории геобренда существуют?
	(два правильных ответа)
	а) возраст
	б) территориальная принадлежность
	в) юридический статус
2.	Вопрос: Что позволяет реализовать интересы всех групп целевой аудитории геобренда?
	(один правильный ответ)
	а) историко-культурные характеристики территории
	б) социальные характеристики территории
	в) ресурсная база территории в комплексе ее характеристик
3.	Вопрос: Какие группы целевой аудитории традиционно выделены в геобрендинге?
	(два правильных ответа)
	а) внутренняя
	б) внешняя
	в) местная
4.	Вопрос: Что может составлять интерес жителей территории как целевой аудитории геобрендинга?
	(два правильных ответа)
	а) уровень развития социальной инфраструктуры
	б) гарантии сохранности бизнеса территории
	в) социальная и экологическая безопасность
5.	Вопрос: Что может составлять интерес потенциальных инвесторов как целевой аудитории геобрендинга?
	(два правильных ответа)
	а) законодательные и налоговые условия видения бизнеса
	б) уровень и качество жизни
	в) возможности минимизации рисков
6.	Вопрос: На какие группы могут быть разделены жители территории как целевая аудитория геобрендинга ?
	(один правильный ответ)

	а) социально активные жители, пенсионеры, дети и молодежь
	б) резиденты - нерезиденты
	в) физические лица и юридические
7.	Вопрос: Какую роль в определении базовых ценностей геобренда играют жители города как внутренняя ЦА?
	(один правильный ответ)
	а) утверждают перечень базовых ценностей геобренда
	б) служат источником первичной информации
	в) собирают и обрабатывают информацию о территории
8.	Вопрос: Кто определяет значимых персонажей и символы геобренда?
	(два правильных ответа)
	а) профессиональные консультанты
	б) инвесторы
	в) команда бренда
9.	Вопрос: Кем утверждается круг конкурентов в геобрендинге?
	(два правильных ответа)
	а) исполнительной властью
	б) профессиональными консультантами
	в) законодательной властью
10.	Вопрос: Целевая аудитория геобренда – это наиболее важная категория получателей информационного сообщения о геобренде.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение не верно
	в) ЦА не может транслировать информацию о территории

Тема 6. Технологии воздействия на целевую аудиторию

1.	Вопрос: Технологические алгоритмы создания, продвижения и управления брендом территории неизбежно являются технологиями воздействия на целевую аудиторию геобренда.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) целевая аудитория не имеет отношения к управлению брендом.

2.	Вопрос: В основе модели колеса бренда лежит ранжирование преимуществ, позиционирование бренда?
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) согласно модели, ценности не отражают эмоциональные результаты использования бренда
3.	Вопрос: «Колесо бренда» позволяет детально описать и систематизировать все аспекты взаимодействия бренда и целевой аудитории.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) «Колесо бренда» не описательная модель
4.	Вопрос: Концептуальная модель капитала бренда страны К.Динни включает совокупность активов бренда, связанных с его именем и символом.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) названная модель включает активы бренда без ограничения
5.	Вопрос: Из каких активов складывается капитал бренда государства согласно модели капитала бренда страны К. Динни?
	(два правильных ответа)
	а) внешних
	б) приобретенных
	в) внутренних
6.	Вопрос: Согласно модели капитала бренда государства К. Динни, архитектура национального бренда включает три уровня: собственно зонтичный национальный бренд; определяемые им бренды в отдельных сферах; самостоятельные бренды на уровне регионов, городов, отдельных национальных товаров и услуг, культурных и образовательных центров.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) архитектура национального бренда включает два уровня
7.	Вопрос: С. Анхольт предложил модель шестиугольника бренда территории

	(элементы современного бренда территории): туризм, экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции, культура, люди.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) С. Анхольт предложил другую модель бренда территории.
8.	Вопрос: Идея С. Анхольта в том, что имидж территории не поддается искусственному конструированию, не возникает «на пустом месте», а определяется вполне осязаемыми и измеряемыми шестью группами параметров
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) имидж территории определяется большим количеством параметров
9.	Вопрос: Согласно идее С.Анхольта брендинг государства (территорий) — это системный процесс согласования действий, поведения, инвестиций, инноваций и коммуникаций государства (территории) для реализации конкурентной идентичности.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) брендинг государства нацелен на создание имиджа
10.	Вопрос: Ценности бренда – человеческое, социальное и культурное значение бренда для целевой аудитории.
	(один правильный ответ)
	а) данное утверждение верно
	б) данное утверждение неверно
	в) ценности бренда не ограничены какими-либо значениями

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

ТЕМЫ и задание для итогового проекта и презентации:

Каждой группе определить целевую аудиторию геобренда, описать имеющиеся ресурсы, предложить идею геобрендинга, представить варианты разработки фирменного стиля и логотипа территории

- Территориальный брендинг: Гусевский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Багратионовский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Балтийский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гвардейский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гурьевский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гусевский муниципалитет Калининградской области

- Территориальный брендинг: Зеленоградский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Краснознаменский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Неманский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Нестеровский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Озёрский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Полесский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Правдинский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Светлогорский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Славский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Черняховский муниципалитет Калининградской области

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	Умеет применить полученные теоретические знания при выполнении заданий; умеет креативно и эффективно применять полученные теоретические знания на практике в новой нестандартной ситуации, переносить в нее уже изученные и усвоенные понятия, законы и закономерности; способен к разработке креативных и уникальных 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	Понимает специфику деятельности в области геобрендинга и применения PR-технологий; не только воспроизводит формулировку какой-либо концепции, но и может объяснить на примере из практической деятельности (на примере геобрендинговых технологий)	хорошо		71-85

	и инициативы				
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	знает концепции геобрендинга и примеры применения ПР-технологий	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. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179104>. — Режим доступа: по подписке.
2. Пьянкова, С. Г. Оценка конкурентоспособности территорий : учебное пособие / С. Г. Пьянкова, И. А. Антипин, С. В. Орехова. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. — 197 с. — ISBN 978-5-9656-0343-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/417770>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Эскиев, М. А. Бренд-менеджмент : учебное пособие / М. А. Эскиев. — Грозный : ЧГУ им. А.А. Кадырова, 2024. — 110 с. — ISBN 978-5-91127-409-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/461549>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870647>. — Режим доступа: по подписке.
2. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 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/1856734>
3. 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>. — Режим доступа: по подписке.
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

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

- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- 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 занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

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

«Фандрайзинг и управление проектами»

Шифр: 42.04.01

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) образовательной программы:

«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Дементьев Илья Олегович, кандидат исторических наук, доцент.

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

Протокол № 5 от «04» марта 2026 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 «Фандрайзинг и управление проектами».
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: «Фандрайзинг и управление проектами».

Цель дисциплины — формирование систематизированных знаний об основных принципах и особенностях деятельности по фандрайзингу (привлечению ресурсов) в целях реализации коммуникационных проектов, в том числе по сохранению регионального наследия.

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-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.	Знать: - важнейшие понятия и термины фандрайзинга, факторы влияния на региональное развитие, субъекты общественной жизни, источники ресурсов для некоммерческой деятельности в социальной сфере. Уметь: - формулировать фандрайзинговые предложения с опорой на знания основных принципов и методов фандрайзинга, правовых и этических норм; Владеть: - навыками презентации фандрайзинговых предложений для органов государственной власти.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фандрайзинг и управление проектами» 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 (практические занятия), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа 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: практические занятия, и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации. Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Фандрайзинг: понятие, сущность, значение	Понятие фандрайзинга. Технологии привлечения ресурсов. Ресурсы для реализации социальной / культурной / образовательной политика. Природа фандрайзинга: пересечение менеджмента и социальной работы. История явления: благотворительная поддержка проектов в России и за рубежом. Значение фандрайзинга в общественной жизни. Фандрайзинг образовательных организаций и организаций культуры. Привлечение ресурсов в науке. Фандрайзинг как фактор развития некоммерческого сектора. Масштаб фандрайзинговой деятельности.
2	Формы и методы фандрайзинга	Основные формы и методы фандрайзинга. Три сектора общественной жизни: государственный (муниципальный), частный, общественный. Бюджетная поддержка проектов: ограничения и возможности. Спонсорство: юридические и экономические аспекты. Корпоративная благотворительность: механизмы и формы. Меценатство. Поддержка проектов благотворительными фондами.
3.	Программы и проекты в сфере регионального развития	Виды программ и проектов в сфере регионального развития. Нормативная база для проектирования регионального развития (федеральная и региональная). Комплексные целевые программы. Стратегии развития региона и отдельных отраслей.
4.	Социальное проектирование	Технологические аспекты разработки проектов и программ в социальной сфере. Маркетинг некоммерческой деятельности. Целевая аудитория. Принципы работы с аудиторией проекта. Анализ состава и потребностей аудитории. Факторы успешности проекта. Анализ рисков, SWOT-анализ — инструменты, используемые в проектировании.
5.	Фандрайзинговая кампания	Цикл фандрайзинга. Подготовка и проведение фандрайзинговой кампании. Основные этапы кампании: подготовка, проведение, отчётность. Информационное обеспечение фандрайзинга. Анализ эффективности фандрайзинга. Технология работы со спонсорами и благотворителями. Понятие целевого капитала. Эндаумент-фонды: проблемы и перспективы. Негосударственные (частные и общественные) фонды. Специфика работы грантодающих организаций.

		Конкурсы научных проектов. Источники информации о программах фондов.
6.	Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга	Социальное партнерство как ресурс «третьего сектора». Добровольчество: роль и значение волонтерского труда. Исторические аспекты развития добровольчества в России и за рубежом. Проблемы волонтериата. Технологии работы с добровольцами. Краудфандинг.
7.	Технологии и способы привлечения средств	Фандрайзинг в условиях развития современных информационно-коммуникационных технологий. Массовые рассылки (e-mail). Адресные и безадресные обращения. Ящики для пожертвований. Прямой диалог с жертвователями. Публичные мероприятия. Флешмоб, PhotoDay. Реклама и СМИ. «Новые медиа» и роль социальных сетей. Фандрайзер: специфика профессии, компетенции, идеальный образ. Психология фандрайзинга.
8.	Правовые и этические аспекты фандрайзинга	Нормативная база для развития фандрайзинга. Экономический смысл фандрайзинга: налоговые и управленческие аспекты. Этические проблемы при проведении фандрайзинговой кампании. Конфликт интересов. Защита персональных данных. Вопросы репутации в фандрайзинге.
9.	Оценка фандрайзингового предложения	Оценка некоммерческого проекта и фандрайзингового предложения. Экспертиза. Критерии оценки. Прогнозирование кратко- и долгосрочной эффективности.
10.	Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития	Региональные программы. Источники ресурсов в Калининградской области: федеральные и региональные программы, фонды. Фонд президентских грантов и Президентский фонд культурных инициатив. Конкурсы компании «ЛУКОЙЛ». Благотворительные фонды на региональном уровне. Международные фонды. Программы приграничного сотрудничества. Положительный опыт краудфандинга в регионе.
11.	Анализ регионального кейса	Анализ одного успешного кейса привлечения ресурсов в интересах регионального развития.
12.	Разработка плана фандрайзинга	Разработка плана фандрайзинговой кампании для реализации проекта в интересах регионального развития

6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Фандрайзинг: понятие, сущность, значение

Вопросы для обсуждения: Исторические аспекты фандрайзинга. Фандрайзинг в образовании. Привлечение ресурсов в культуре. Общественное значение фандрайзинговой деятельности.

Тема 2: Формы и методы фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Источники ресурсов: бюджетные, частные, общественные. Государственное финансирование. Спонсорство. Корпоративная благотворительность. Меценатство. Благотворительные фонды как субъекты социальной политики.

Тема 3: Программы и проекты в сфере регионального развития

Вопросы для обсуждения: Нормативная база для проектирования регионального развития: федеральный уровень, региональный уровень, муниципальный уровень. Стратегии развития региона (на примере Калининградской области).

Тема 4: Социальное проектирование

Вопросы для обсуждения: Разработка проекта в социальной сфере. Маркетинг некоммерческой деятельности. Анализ рисков. SWOT-анализ.

Тема 5: Фандрайзинговая кампания

Вопросы для обсуждения: Цикл фандрайзинга. Информационное обеспечение фандрайзинга. Технологии работы с благотворителями и спонсорами. Целевой капитал. Программы приграничного сотрудничества (опыт, значение, перспективы).

Тема 6: Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Социальное партнёрство: понятие и сущность. Технологии работы с добровольцами. Краудфандинг.

Тема 7: Технологии и способы привлечения средств

Вопросы для обсуждения: Массовые рассылки. Обращения к донорам. Публичные мероприятия. «Новые медиа».

Тема 8: Правовые и этические аспекты фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Правовые аспекты фандрайзинга. Экономический смысл деятельности по привлечению ресурсов. Этические проблемы фандрайзинга.

Тема 9: Оценка фандрайзингового предложения

Вопросы для обсуждения: Подходы к оценке и критерии оценки фандрайзингового предложения. Прогнозирование эффективности фандрайзинга.

Тема 10: Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития

Вопросы для обсуждения: Федеральные программы регионального развития. Региональные программы. Частные (корпоративные) источники ресурсов в регионе.

Тема 11: Анализ регионального кейса

Практикум с презентацией успешных кейсов фандрайзинга.

Тема 12: Разработка плана фандрайзинга.

Практикум с презентацией плана фандрайзинговой кампании в интересах регионального развития.

Примерная тематика презентаций

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема презентации
11.	Анализ регионального кейса	Привлечение ресурсов для развития общественного учреждения культуры (Виштынецкого эколого-исторического музея) в 2018—2022 годах Кампании по сбору средств в пользу детей, страдающих тяжёлыми заболеваниями, в 2020—2022 годах Региональное развитие в проектах, поддержанных Компанией «ЛУКОЙЛ» в 2018—2021 годах
12.	Разработка плана фандрайзинга	План фандрайзинга для - издания книги — учебного пособия по экологии Балтийского региона - реализации проекта по созданию условий для арт-терапии в интересах молодых людей с ограниченными возможностями здоровья в муниципалитете

		- развития частного музея, ориентированного на изучение советского времени в регионе

Требования к самостоятельной работе студентов

Работа с материалом, полученном на практических занятиях, подготовка к семинарам, групповым занятиям, презентации по проекту.

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.

7. Методические рекомендации по видам занятий

Практические 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
Фандрайзинг: понятие, сущность, значение	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Формы и методы фандрайзинга	ПК-4	Опрос

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Программы и проекты в сфере регионального развития	ПК-4	Опрос
Социальное проектирование	ПК-4	Опрос, тестирование
Фандрайзинговая кампания	ПК-4	Опрос
Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Технологии и способы привлечения средств	ПК-4	Опрос
Правовые и этические аспекты фандрайзинга	ПК-4	Опрос, контрольная работа
Оценка фандрайзингового предложения	ПК-4	Опрос
Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития	ПК-4	Опрос
Анализ регионального кейса	ПК-4	Презентация кейса
Разработка плана фандрайзинга	ПК-4	Презентация плана

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

По теме «Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга»

Тест

1. Программы, финансируемые из регионального бюджета, являются:

- а) городскими;
- б) **областными;**
- в) федеральными.

2. За счет каких средств государство реализует цели культурной политики:

- а) коммерческих организаций;
- б) спонсоров и меценатов;
- в) **налогоплательщиков.**

3. Коллективное сотрудничество людей, добровольно объединяющих ресурсы для поддержки других людей или организаций, называется:

- а) **краудфандинг;**
- б) спонсоринг;
- в) фандрайзинг.

Вопрос для опроса или письменные задания:

1. Какие существуют источники для финансирования региональных проектов за счёт средств частных корпораций в Калининградской области?
2. Каковы этапы жизненного цикла фандрайзинга?
3. Чем отличается спонсорство от меценатства?

8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие фандрайзинга.
2. Технологии привлечения ресурсов
3. История фандрайзинга.
4. Фандрайзинг в образовании, культуре, науке.
5. Понятие фандрайзинга. Технологии привлечения ресурсов.
6. Бюджетная поддержка проектов.
7. Спонсорство и корпоративная благотворительность.
8. Благотворительные фонды.
9. Нормативная база для проектирования регионального развития.
10. Социальное проектирование.
11. Цикл фандрайзинга.
12. Целевой капитал.
13. Программы приграничного сотрудничества.
14. Источники информации о программах фондов.
15. Добровольчество. Технологии работы с добровольцами.
16. Краудфандинг.
17. Фандрайзинг в условиях современных ИКТ.
18. Технологии фандрайзинга.
19. Правовая база для привлечения ресурсов.
20. Экономические аспекты фандрайзинга.
21. Этические проблемы при проведении фандрайзинговой кампании.
22. Оценка фандрайзингового предложения.
23. Источники ресурсов для регионального развития: Калининградская область.
24. Успешный опыт фандрайзинга в интересах регионального развития: Калининградская область.

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	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно	хорошо		71-85

	текстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	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. Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник / Д.А. Шевченко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 232 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-110315-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865853>.

Дополнительная литература

1. Аликперов, И. М. Фандрайзинг в креативных индустриях : учебное пособие / И. М. Аликперов. - 2-е изд. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 152 с. - ISBN 978-5-4499-3434-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2146974>. – Режим доступа: по подписке.

2. Волонтерство в России: отечественный опыт и современность : монография / под науч. ред. В. И. Василенко, В. М. Зорина. - Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. - 400 с. - ISBN 978-5-85006-236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1387014>. — Режим доступа: по подписке.

3. Меняев, М. Ф. Управление проектами : учебник для вузов / М. Ф. Меняев. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 112 с. — ISBN 978-5-507-53162-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/505488>— Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Монахова, О. А. Будущее благотворительности в России : опыт Международного Фонда Шодиева : монография / О. А. Монахова. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2020. - 242 с. - ISBN 978-5-7567-1078-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1240832>. — Режим доступа: по подписке.

5. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2016. - 92 с. - ISBN 978-5-8158-1809-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875547>. — Режим доступа: по подписке.

6. Тихомирова, О. Г. Управление проектами: практикум : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 273 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/17635. - ISBN 978-5-16-011601-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221080>.— 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
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС РКИ
- 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 практических занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения — мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, при необходимости используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным 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.