

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры этики, культурологии
и связей с общественностью
протокол от «20» июня 2019 г. № 13

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии
и социологии

Зав. кафедрой _____/Л.А.Иткулова

–

_____/З.Н. Хабибуллина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

дисциплина **Технологии в СО**

Б1.Б.17. Базовая часть

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель) Доцент кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, к.пол.н.	_____/Насырова Е.В..
--	----------------------

Для приема 2019 г.

Уфа 2019 г.

Составитель / составители: Насырова Елена Валерьевна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью протокол от «20» июня 2019 г. № 13

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
(с ориентацией на карты компетенций)

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знать основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, психологии массовых коммуникаций при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.
		ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Уметь планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Технологии в СО*» относится к *обязательной* части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Целью дисциплины является освоение студентами базовых технологий рекламной и PR-деятельности. Освоение курса «Технологии в связях с общественностью» позволит будущим специалистам овладеть навыками стратегического планирования и программирования коммуникационных кампаний.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворит ельно»)	3 («Удовлетворите льно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично »)
ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественность ю и (или) при реализации коммуникацион ного проекта по рекламе и связям с общественность ю	Знать основы стратегического планирования профессиональн ой деятельности в области рекламы и связей с общественностью, психологии массовых коммуникаций при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.	Не сформирован ы знания об основах стратегическо го планирования профессионал ьной деятельности в области рекламы и связей с общественнос тью, психологии массовых коммуникаци й при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.	Сформированы фрагментарные знания об основах стратегического планирования профессиональн ой деятельности в области рекламы и связей с общественность ю, психологии массовых коммуникаций при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.	Сформиров аны, но содержатся отдельные пробелы в знаниях об основах стратегичес кого планирован ия профессион альной деятельност и в области рекламы и связей с общественн остью, психологии массовых коммуника ций при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.	Сформиро ваны комплексн ые и системати ческие знания об основах стратегиче ского планирова ния профессио нальной деятельнос ти в области рекламы и связей с обществен ностью, психологи и массовых коммуник аций при проведени и массовых кампаний, основ брендинга, креативны х технологи й.
ПКО-1.2. Осуществляет	Уметь планировать и	Не сформирован	Сформированы начальные	Сформиров аны, но	Сформиро ваны на

<p>тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	<p>организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности и общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.</p>	<p>ы умения планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.</p>	<p>умения планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.</p>	<p>содержатся отдельные пробелы в умениях планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.</p>	<p>высоком уровне умения планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами. Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.</p>
--	---	--	--	--	---

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

(для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Оценочные средства
ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знать основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, психологии массовых коммуникаций при проведении массовых кампаний, основ брендинга, креативных технологий.	Доклад, устный опрос
ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Уметь планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества. Творчески подходить к проведению массовых кампаний, реализовывать кампании в соответствии с внешними факторами.	Доклад, устный опрос, контрольная работа

	Стратегически выстраивать коммуникации со всеми субъектами проводимой кампании.	
--	---	--

Рейтинг-план дисциплины

Технологии в СО

специальность 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
курс 3, семестр 5 2019 /2020 гг.

Количество часов по учебному плану 144, в т.ч. контактная работа 49,2, самостоятельная работа 60.

Преподаватель: Насырова Елена Валерьевна, к. пол.н., доцент

Кафедра: Этики, культурологии и связей с общественностью

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Основания информационно-аналитической прaxeологии как атрибута PR				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1,25	4	0	5
4. Работа на семинарских занятиях	2	5	0	10
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	7,5	2	1	15
Модуль 2. Социальные (информационные) технологии как средства PR				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	3,3	3	0	10
5. Работа на семинарских занятиях	4	5	0	15
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	7,5	2	1	15
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей в научных сборниках				4
2. Участие в реализации кафедральных PR-проектов				6
Посещаемость				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение семинарских занятий			0	-10
Итоговый контроль				
1. Экзамен				30

Экзамен - является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

Примерные вопросы для экзамена (5 семестр):

1. Методологические основания праксеологии.
2. Понятие аналитики. Функции информационно-аналитической деятельности.
3. Содержание и формы аналитической деятельности в PR-практике. Объект и предметная сфера ИАД.
4. Сравнительно-исторические методы информационно-аналитической деятельности.
5. Эмпирические методы информационно-аналитической деятельности.
6. Цель, субъект, процесс, методы и средства целерациональной деятельности.
7. Организация как социальный феномен.
8. Информационное сопровождение деятельности.
9. Документирование информации.
10. Понятие аналитических систем.
11. Классификация аналитических систем.
12. Ситуационно-аналитический центр организации и его структура.
13. Понятие социального пространства и причин его разбалансированности.
14. Понятие социальных технологий как средств конструирования субстанциональной модели объекта.
15. Направления реализации социальных технологий. Классификация социальных технологий.
16. Объект и субъект социальной технологии.
17. Структура социальной технологии.
18. Уровни применения социальных технологий.
19. Этапы реализации технологического цикла в системе PR.
20. PR как средство реализации социальной технологии.
21. Исследовательская часть социотехнологического цикла в системе PR.
22. Социальное проектирование и конструирование средствами PR.
23. Функциональная структура социальной технологии.
24. Структура целевой программы социальной технологии.
25. Функциональная модель связей системы социальной технологии.
26. Основные требования, предъявляемые к социальным технологиям.
27. Основные элементы обобщённой структуры социальной технологии.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

Образец экзаменационного билета:

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра Этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3

по дисциплине Технологии в СО

Направление - 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль - коммуникационный менеджмент

1. Понятие аналитики. Функции информационно-аналитической деятельности.
2. Этапы реализации технологического цикла в системе PR.

Утверждено на заседании кафедры _____, протокол № ____
(дата)

Заведующий кафедрой _____ Иткулова Л.А.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене:

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Устный опрос – диалог преподавателя со студентом, цель которого – систематизация и уточнение имеющихся у студента знаний, проверка его индивидуальных возможностей усвоения материала.

Вопросы для семинаров

По разделу 1. Основания информационно-аналитической праксеологии как атрибута PR

Тема 1. Праксеология как наука о формах и эффективности субъектного действия

Перечень вопросов для самоподготовки:

1. Методологические основания праксеологии как междисциплинарной сферы знания.
2. Принцип целерационального действия М. Вебера
3. Вклад в развитие методологического аппарата философской праксеологии Т. Котарбиньского, А.А. Богданова, Е.Е. Слуцкого, Х. Эренфельса, Б. Честера.
4. Праксис как система целерационального действия
5. Критерии эффективности субъектного действия. Формы целерациональности.

Тема 2. Объект и предметная сфера информационно-аналитической деятельности

1. Понятие анализа и аналитики. Информация как объект аналитической деятельности.
2. Познавательная и преобразовательные функции информационно-аналитической деятельности.
3. Объект и предметная сфера информационно-аналитической деятельности.
4. Содержание и формы аналитической деятельности в PR-практике
5. Целеполагание информационно-аналитической деятельности. Уровни информационно-аналитической деятельности.
6. Предметно-деятельностный подход как методологическая база информационно-аналитической деятельности.
7. Принципы информационно-аналитической деятельности. Новое знание как цель, и результат информационно-аналитической деятельности.

Тема 3. Методы информационно-аналитической деятельности

1. Понятие метода и методологии деятельности
2. Сравнительно-исторические методы: исторического описания; конкретного анализа; сравнительный; периодизации; цикличности; хронологический; проблемно-хронологический; ретроспективный; прогностический.
3. Эмпирические методы: наблюдение; анкетное исследование и опрос населения; интервьюирование; анализ статистических материалов; эксперимент; изучение документов; моделирование; беседа; контент-анализ; генетический анализ; построение когнитивных карт.

Тема 4. Организация целерациональной деятельности. Аналитические системы.

Классификация аналитических систем

1. Цель, субъект, процесс, методы и средства целерациональной деятельности.
2. Организация как социальный феномен и форма реализации деятельности
3. Информационное сопровождение деятельности. Документирование информации.
4. Понятие аналитических систем. Классификация АС. Ситуационно-аналитический центр организации и его структура.

По разделу 2. Социальные (информационные) технологии как средства PR

Тема 1. Понятие социальных технологий. Объект и субъект социальной технологии

1. Понятие социального пространства и причин его разбалансированности.
2. Понятие социальных технологий как средств конструирования субстанциональной модели объекта.
3. Направления реализации социальных технологий. Классификация социальных технологий.
4. Объект и субъект социальной технологии. Структура социальной технологии.
5. Уровни применения социальных технологий.

Тема 2. Этапы реализации технологического цикла Public Relations

1. Этапы реализации технологического цикла в системе PR: фаза анализа, синтеза и внедрения.
2. PR как средство реализации социальной технологии.
3. Исследовательская часть социотехнологического цикла в системе PR
4. Социальное проектирование и конструирование средствами PR

Тема 3. Функциональная структура социальной технологии

1. Функциональная структура социальной технологии.
2. Структура целевой программы социальной технологии.
3. Функциональная модель связей системы социальной технологии.
4. Основные требования, предъявляемые к социальным технологиям.
5. Основные элементы обобщенной структуры социальной технологии

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 10 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 7 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 4 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Доклад – подготовленное студентом самостоятельно публичное выступление (на 6-10 минут) по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной проблемы.

Темы докладов:

1. Формирование стратегического имиджа структуры и ее руководства.
2. Контр-методы и технологии PR.
3. Особенности использования средств коммуникаций в PR-мероприятиях.
4. Определение понятий: экономическое (бизнес) сообщество, финансовое сообщество, политическая среда, социально-культурная среда, клерикальная среда, профессиональная среда, экологическая среда.
5. Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью
6. Формирование технологий связей с общественностью
7. PR – инструменты и технологии
8. Социальные технологии и социальное проектирование в паблик рилейшнз.
9. PR-коммуникации как основной механизм, обеспечивающий становление и воспроизводство социальных и общественных связей и отношений нового типа
10. Черный PR: понятие, технологии, примеры
11. Технологии лоббирования в бизнес-сферах.
12. Новые технологии в digital-маркетинге
13. Инструменты и методики создания и поддержания репутации и бренда
14. Современные направления развития GR-менеджмента и лоббизма в России и зарубежных странах
15. Психологические особенности современных технологий PR и GR
16. Роль стандартизации в развитии экономики: новые технологии в области корпоративного GR
17. Тренды и потенциал развития PR-технологий в контексте цифровой экономики
18. Современные технологии в политических коммуникациях
19. Новые технологии в области политической рекламы в России и за рубежом: анализ президентских и парламентских выборов
20. Трансформация GR-технологий в условиях «войны санкций»
21. PR-продвижение в сфере информационных технологий
22. Новые технологии в области политической рекламы в России и за рубежом: анализ президентских и парламентских выборов

Оценочное средство: доклад

Шкала оценивания:

4 балла (при отличном усвоении (продвинутом)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом; умеет объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения,

давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободно владеет монологической речью;

3 балла (при хорошем усвоении (углубленном)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом; умеет объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободно владеет монологической речью. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

2 балла (при неполном усвоении (пороговом)) выставляется обучающемуся, ответ которого демонстрирует знание процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. *Допускается несколько ошибок в содержании ответа;*

1 балл (при отсутствии усвоения (ниже порогового)) выставляется обучающемуся, ответ которого обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

0 баллов - (при полном отсутствии усвоения) выставляется обучающемуся, ответ которого обнаруживает абсолютное незнание процессов изучаемой предметной области; или при физическом отсутствии обучающегося.

Задания для контрольной работы

Описание контрольной работы:

Контрольная работа проводится письменно по двум модулям /рубежный контроль. Контрольная работа состоит из двух заданий, отвечая на которые, студенты должны продемонстрировать знание основ стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, реализовывать различные коммуникационные инструменты в целях продвижения PR субъекта и владеть навыками работы с источниками информации, перерабатывать, анализировать информацию.

Примерные вопросы контрольной работы:

Задание 1. Проанализировать материалы печатных СМИ на предмет выявления изученных приёмов (пресса предоставлена преподавателем).

Задание 2. Изложить суть поставленной проблемы заданной темы, самостоятельно провести анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария Технологий связей с общественностью, сделать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Варианты тем:

1. Как бороться с черным пиаром в интернете?
2. PR и пропаганда: что эффективнее в современной политике?
3. Как повысить туристскую привлекательность малых исторических городов и поселений?
4. Какова роль массовых самокоммуникаций в сетевом обществе?
5. Инструменты PR-продвижения в сфере информационных технологий.

6. Как оценить эффективность рекламного, PR-, GR-, HR-продукта?

Критерии оценки контрольной работы:

13-15 баллов (при отличном усвоении (продвинутом)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом; умеет объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры;

10-12 баллов (при хорошем усвоении (углубленном)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом; умеет объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры; однако допускается одна - две неточности в ответе;

6-9 баллов (при неполном усвоении (пороговом)) выставляется обучающемуся, ответ которого демонстрирует знание процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточностью логичности и последовательности ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа;

1-5 баллов (при отсутствии усвоения (ниже порогового)) выставляется обучающемуся, ответ которого обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: www.bashlib.ru.

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

Основная литература:

1. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>
2. Гасумова, С.Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебное пособие / С.Е. Гасумова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 311 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 259-263. - ISBN 978-5-394-02236-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454082>
3. Интернет-маркетинг и диджитал стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. ; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.

4. Румянцев Д., Франкель Н. Евент-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. СПб. – Питер.- 2019. – 320с.

Дополнительная литература:

1. Авруцкая И., Тарабарина О. 120 инструментов локального маркетинга.: М.: Ресторанные ведомости. – 2018г.- 170с.
2. Бикметов, Евгений Юрьевич. Связи с общественностью в органах власти : [учеб. пособие] / Е. Ю. Бикметов, О. Н. Юлдашева. — Уфа : Восточная печать, 2013. — 260 с.
3. Блэк, Сэм. Введение в паблик рилейшнз / С. Блэк. — Ростов н/Д : Феникс, 1998. — 320 с.
4. Богданов, Е. Н. Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Е. Богданов, В. Г. Зазыкин. - 2-е изд. - СПб: Питер, 2003. – 208 с.
5. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово, 2012. — 80 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7567-0598-0. — <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227790&sr=1>.
6. Варакута, С.А. Связи с общественностью: Учеб. пособие / С.А. Варакута, Ю.Н. Егоров. - М.: Инфра-М, 2004. - 264с.
7. Василенко, А.Б. PR крупных российских корпораций. / А.Б. Василенко. – 2-е изд. – М.: ГУ ВШЭ, 2002. - 304 с.
8. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и Public Relations (программы-консультанты) / И.Л. Викентьев.- М.: Бизнес-Пресса, 2004. - 380 с.
9. Демин Ю.М. Бизнес-PR / Ю.М. Демин - М.: Бератор-Пресс, 2003. – 336 с.
10. Джефкинс, Дж. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов /Дж. Джефкинс, Д. Ядин; Пер. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 416с.: ил.
11. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология / М.Р. Душкина. – СПб.: «Питер», 2010. – 560 с.
12. Елагина, Р.Х. Имидж-менеджмент как социально-коммуникативный инструмент современной организации [Текст] : монография / Р. Х. Елагина, Р. Б. Шайхисламов; М-во образования и науки РФ, Башкирский гос. ун-т. - Уфа : РИЦ БашГУ, 2010. - 152, [1] с. : табл.; 21 см.; ISBN 978-5-7477-2606-2
13. Курлов, Алексей Борисович. Теория социальной информации : учеб. пособие / А. Б. Курлов, В. К. Петров. — Уфа : БашГУ, 2003. — 114 с.
14. Левинсон, Д.К. Партизанское паблисити. Сотни беспроигрышных тактик. / Д.К. Левинсон, Р. Фришман, Д. Люблин. - М.: Фаир-Пресс,2004.-320 с.
15. Пильгун М.А. Эффективные тактики современных российских бизнес-коммуникации / М.А. Пильгун. - М.: НИУ ВШЭ, 2012. - 225 с.
16. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Шарков Ф. И. — Москва : Дашков и Ко, 2016. — 324 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». — ISBN 978-5-394-00792-7. — <URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1>.
17. Чернышева, Т. Л. Связи с общественностью (PR) : учеб. пособие / Т. Л. Чернышева. — Новосибирск : НГТУ, 2012. — 140 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7567-0538-6. — <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=228940&sr=1>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

<http://pr.web-3.ru>
<http://www.e-xecutive.ru>
<http://www.piar.ru>
http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/
<http://pr-info.ru>
<http://pr-life.ru>
<http://www.raso.ru>
<http://www.7st.ru>
<http://www.soob.ru>
<http://www.prnews.>
<http://www.rwr.ru>
<http://studlib.com/>
<http://www.ipra.net>
<http://www.akos.newmail.ru>
<http://www.marrtex.co.uk/prca>
<http://www.prsa.org>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория 316, 317, 319, 406, 407	Лекции	Доска
Аудитория 319	Доклады, контрольные работы	мультимедийный проектор, экран

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Технологии в СО на 5 семестр

очная

форма обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: доцент, к.пол.н., Насырова Елена Валерьевна

Практические занятия: доцент, к.пол.н., Насырова Елена Валерьевна

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5/180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	49,2
лекций	18
практических/ семинарских	36
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету	99
Учебных часов на подготовку к Экзамену (контроль)	25,8

Форма контроля:
Экзамен 5 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС		
1	2	4	5	6	7	9	10
1.	Модуль 1. Основания информационно-аналитической праксеологии как атрибута PR Тема 1. Праксеология как наука о формах и эффективности субъектного действия	2	4		5	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	1)Проверка научной и учебной литературы. 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
2.	Тема 2. Объект и предметная сфера информационно-аналитической деятельности					1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка	1) Проверка научной и учебной литературы 2) Устный опрос. 3) Доклад в

		2	4		8	конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	рамках практического занятия.
3.	Тема 3. Методы информационно-аналитической деятельности	2	4		15	1.Конспектирование основной и доп.литературы;	1) Проверка научной и учебной литературы 2) Устный опрос. 3) Доклад в рамках практического занятия.
4.	Тема 4. Организация целерациональной деятельности. Аналитические системы. Классификация аналитических систем	2	6		15	Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	1) Проверка научной и учебной литературы 2) Устный опрос. 3) Доклад в рамках практического занятия.
5.	Модуль 2. Социальные (информационные) технологии как средства PR Тема 1. Понятие социальных технологий. Объект и субъект социальной технологии					1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического

		2	6		15	конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	занятия.
6.	Тема 2. Этапы реализации технологического цикла Public Relations	4	6		15	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
7.	Тема 3. Функциональная структура социальной технологии	4	6		20	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы,	1) Проверка научной и учебной литературы 2) Устный опрос. 3) Доклад в рамках практического занятия.

						включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	
	Всего часов:	18	36		99		

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Технологии в СО на 2 сессии

_____заочная_____

форма обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: доцент, к.пол.н., Насырова Елена Валерьевна

Практические занятия: доцент, к.пол.н., Насырова Елена Валерьевна

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5 / 180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	17,2
лекций	6
практических/ семинарских	10
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	-
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету	153,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	9

Форма контроля:

Экзамен 2 сессии

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)					Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Всего	ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	9	10
1.	Модуль 1. Основания информационно-аналитической праксеологии как атрибута PR Тема 1. Праксеология как наука о формах и эффективности субъектного действия		1	1		11,8	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
2.	Тема 2. Объект и предметная сфера информационно-аналитической деятельности		1	1		24	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп.литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.

							ресурсы и использование ресурсов интернет.	
3.	Тема 3. Методы информационно-аналитической деятельности		0,5	1		24	1.конспектирование основной и доп.литературы;	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
4.	Тема 4. Организация целерациональной деятельности. Аналитические системы. Классификация аналитических систем		0,5	2		24	Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
5.	Модуль 2. Социальные (информационные) технологии как средства PR Тема 1. Понятие социальных технологий. Объект и субъект социальной технологии		1	2		24	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
6.	Тема 2. Этапы реализации технологического цикла Public Relations		1	2		24	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование	1)Проверка научной и учебной литературы

							основной и доп. литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
7.	Тема 3. Функциональная структура социальной технологии		1	1		22	1.Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1)Проверка научной и учебной литературы. 2)Устный опрос. 3)Доклад в рамках практического занятия.
	Всего часов:	180	6	10		153,8		