

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры социологии и  
работы с молодежью  
протокол № 9 от «22» мая 2020 г.

Зав. кафедрой  Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета

 Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

дисциплина **Практикум по организации связей с общественностью в  
молодежной политике**

*(наименование дисциплины)*

Обязательная часть

**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)

39.03.03 Организация работы с молодежью

*(указывается код и наименование направления подготовки (специальности))*


Направленность (профиль) подготовки Социальные проекты и технологии работы с молодежью

*(указывается наименование направленности (профиля) подготовки)*

Квалификация

бакалавр

*(указывается квалификация)*

Разработчик (составитель) <u>доцент, кандидат социологических наук, доцент</u> (должность, ученая степень, ученое звание)	 / <u>Асадуллина Г.Р.</u> (подпись, Фамилия И.О.)
---	---

Для приема: 2020 г.

Уфа 2020 г.

Составитель: Асадуллина Г.Р., кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и работы с молодежью

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 9 от «22» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б./

### Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	
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 с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	
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	
4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)	
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	
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)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Сбор, обработка и анализ информации в целях повышения результативности и эффективности работы в сфере молодежной политики - Проведение информационных кампаний совместно со средствами массовой информации о мероприятиях в сфере молодежной политики	ПК-4. Способен к сбору, обработке и анализу информации, проведению информационных кампаний в сфере молодежной политики	ИПК-4.1. Систематизирует и анализирует информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики	Знает информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики
		ИПК-4.4. Разрабатывает информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики	Умеет разрабатывать информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики
		ИПК-4.5 Организует взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики	Владеет навыками организации взаимодействия со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики

## 2. Цели и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике» относится к дисциплинам обязательной части.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре на очном и на 5 курсе на заочном отделениях.

Цель курса «Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике»: дать студентам систему знаний и представлений об основах самостоятельной работы, сформировать первичные умения в сфере научной организации учебного труда, готовности к максимально эффективному изучению учебных курсов и формирования профессиональных компетенций.

### **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**

**УК-2.** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ИПК-4.1. Систематизирует и анализирует информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики	Знает информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики	Не знает	Демонстрирует целостные знания по правовым основаниям для представления и описания результатов деятельности
ИПК-4.4. Разрабатывает информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики	Умеет разрабатывать информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики	Не умеет	Демонстрирует в высокой степени умения формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижения
ИПК-4.5 Организует взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики	Владеет навыками организации взаимодействия со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики	Не владеет	Демонстрирует в высокой степени владения навыками постановки целей, выбора оптимальных способов решения поставленных целей и задач

**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**

**УК-2.** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Оценочные средства</b>
ИПК-4.1. Систематизирует и анализирует информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики	Знает информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики	Устный опрос, тестирование, практическое задание, письменная контрольная работа
ИПК-4.4. Разрабатывает информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики	Умеет разрабатывать информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики	Устный опрос, тестирование, практическое задание, письменная контрольная работа
ИПК-4.5. Организует взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики	Владеет навыками организации взаимодействия со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики	Устный опрос, тестирование, практическое задание, письменная контрольная работа

### **Рейтинг – план дисциплины**

#### **Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике**

Направление 39.03.03 Организация работы с молодежью

Курс 4, семестр 8

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
Текущий контроль			0	20
1. Устный опрос	5	3	0	15
2. Практические работы	5	1	0	5
Рубежный контроль				15
1. Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Всего			0	35
<b>Модуль 2</b>				
Текущий контроль			0	20
1. Устный опрос	5	3	0	15
2. Тестовый контроль	5	1	0	5
Рубежный контроль				15
1. Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Всего			0	35
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Студенческая олимпиада			0	3
2. Публикация статей			0	3
3. Участие в конференции			0	4
Всего				10
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий				-6
2. Посещение практических занятий				-10
<b>Итоговый контроль</b>				
Зачет	30	1	0	30

**Вопросы для семинаров**

**Тема 1. Общие и социально-психологические аспекты рекламы и PR деятельности в проектах, ориентированных на молодежь**



Реклама и PR как социально-экономические явления. PR – коммуникативная технология управления восприятием: понятие, история возникновения, подходы, нормативы. Общее понимание рекламы. Исторический обзор развития рекламы. Подходы к рекламе (суггестивный, маркетинговый, «адвертологический» подходы). Система маркетинга. Маркетинговые коммуникации. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Типы рекламных коммуникаций. Классификации рекламы. Коммерческая и некоммерческая (политическая и социальная) реклама. Деловая и потребительская реклама. Федеральная, региональная и местная реклама. Состояние проблемы изучения рекламы. Основные подходы к изучению рекламы. Реклама как вид деятельности. Основные направления исследований в области психологии рекламы. Понятие психологической экспертизы рекламы. Реклама как особый вид массовой коммуникации

## **Тема 2. Социально-психологическая экспертиза рекламного продукта в молодежной сфере**

Психологические аспекты экономического поведения человека. Мотивация потребителя. Актуализация и опредмечивание потребностей потребителя. Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения. Социальнопсихологическая классификация потребностей. Типология потребителей. Брендинг как инструмент сегментирования рынка. Рекламная деятельность как диалог. Молодежь как целевая аудитория. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности. Реклама как коммуникация. Потребность в общении и социализация личности. Социализация и индивидуальность. Психологические основы рекламных коммуникаций. Социальные оценки. Социальные сравнения. Социальная мода. Имидж и бренд как средство социальной стратификации. Интегрированные коммуникации в молодежной работе. Человек как субъект рекламных коммуникаций. Технологии формирования персонального имиджа. Брендинг молодежного лидера. Особенности психического отражения рекламной продукции. Ощущение и восприятие рекламной продукции: оптимальная сила слуховых и зрительных раздражителей, целостность восприятия рекламы. Внимание в рекламе: конкуренция на рекламном рынке, способы привлечения внимания, характеристики внимания, «айстоперы», проблема избыточности привлечения внимания. Организация запоминания рекламной информации. Мышление и эмоции потребителя: рациональное и эмоциональное восприятие рекламы. Гендерные аспекты рекламы. Этнопсихологические особенности молодежной рекламы. Личностные основания рекламного воздействия (ценностные ориентации личности, особенности характера и т.п.). Концепция социально-этичного маркетинга. Психологические исследования содержательных и формально-динамических характеристик рекламы. Политическая реклама: типология, специфика, технологии разработки. Реклама в работе с молодежью как форма информирования. Реклама в работе с молодежью как вид социальной рекламы. Основные принципы и особенности рекламирования молодежных проектов и инициатив. Специфика социальной молодежной рекламы.

## **Тема 3. Применение технологий рекламы и связей с общественностью в молодежной политике**

Проектирование коммуникационной деятельности молодежи: правила, структура, экспертиза молодежных PR-проектов. Методы и средства поиска инновационных идей. Связи с общественностью как инструмент продвижения молодежных инициатив. Технологии формирования корпоративного имиджа молодежных организаций и молодежных медиа. Деятельность PR в политике. GR (Government Relations) или отношения с властными структурами. Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских молодежных организациях. Технологии связей с общественностью в политических молодежных организациях. Понятие ивент-индустрии, ивент-менеджмента. Виды специальных мероприятий, технологии организации и проведения. Технология организации

и проведения специальных мероприятий: круглый стол; брифинг, выставки, презентации, экскурсии. Специфика молодежных ивентов. Методология расчета бюджета мероприятия. Поиск партнеров для мероприятия, привлечение СМИ, спикеров и участников. Правила составления документов для прессы: Информационный пакет; пресс-релиз; информационное письмо, биография, фотографии; фактическая справка; программа и стенограмма прессконференции; заявление для прессы и коммюнике. Оперативные документы в PR-деятельности: деловые письма, служебные записки; организация специального мероприятия; годовой отчет; коммуникационная программа. Подготовка речей для руководителя и организация выступления

### **Критерии и методика оценивания:**

для студентов бакалавриата очной формы обучения, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- от 5 до 4 баллов выставляется студенту, если, он *правильно выполнил задание, владеет содержанием практической работы. Студент показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

- от 3 до 2 баллов выставляется студенту, если он владеет содержанием практической работы, *выполнил задание с небольшими неточностями. Студент показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;*

- 1 балл выставляется студенту, если он частично владеет содержанием практической работы; *выполнил задание с существенными неточностями. Студент показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала*

- 0 баллов выставляется студенту, если он не выполнил или не полностью выполнил задание практической работы. *Студент продемонстрировал полное отсутствие владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

для студентов бакалавриата заочной и очно-заочной формам обучения, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- Оценка «отлично» выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления.

- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если в ответе допущены неточности при освещении основного содержания ответа, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач. Такая же оценка выставляется студенту, не являвшемуся основным докладчиком, но активно участвовавшим в процессе обсуждения, неоднократно дополнявшим ответы товарищей.

- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления. Такая же оценка выставляется студенту за единичное развернутое дополнение.

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если нет понимания вопроса, студент не ориентируется в понятиях. Выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

При изучении дисциплины используются **тестовые задания**. Тестирование выполняется в письменной форме. Необходимо выбрать один ответ из предложенных вариантов.

## Комплект тестов

1. Какие методы связей с общественностью относятся к теоретическим?
  1. Метод наблюдения;
  2. Структурализм;
  3. Анкетный опрос;
  4. Топологический метод.
  
2. Какие из перечисленных методов связей с общественностью относятся к эмпирическим?
  1. Бихевиористский метод;
  2. Топологический метод;
  3. Контент-анализ;
  4. Системный анализ.
  
3. Какой метод представляет собой направляемое и регулируемое исследователем обсуждение выбранной темы, в котором участвуют подобранные на основе выборки люди?
  1. Метод экспертных оценок;
  2. Метод фокус-группы;
  3. Контент-анализ;
  4. Анкетный опрос.
  
4. Доброжелательные отношения с потребителями следует поддерживать на этапах:
  1. Информирования потенциальных клиентов о сущности товарного предложения; послепродажного обслуживания;
  2. информирования потенциальных клиентов о сущности товарного предложения; непосредственной продажи
  3. информирования потенциальных клиентов о сущности товарного предложения; непосредственной продажи; послепродажного обслуживания;
  4. непосредственной продажи; послепродажного обслуживания.
  
5. Какие конкурентные преимущества дает система взаимодействия с потребителями?
  1. Оптимизация процесса сбыта продукции;
  2. Грамотное позиционирование продукции;
  3. Производство товаров с учетом предпочтений потребителей;
  4. Увеличение прибыли.
  
6. Какие задачи при развитии отношений с потребителями ставит перед собой компания?
  1. Снижение затрат на производство товаров;
  2. Изучение мнения потребителей о товарах и оценка их удовлетворенности;
  3. Расширение базы клиентов;
  4. Помощь при выборе нужного товара

## Практические задания

Практические задания выполняются после чтения лекций, дающих теоретические основы для их выполнения. Выполнение практических заданий во время практических занятий – одна из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении студентами комплекса учебных заданий (переводы, выполнение упражнений и т.д.) под руководством преподавателя с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности по изучаемой дисциплине, закрепление, углубление, расширение и детализация знаний

студентов при решении конкретных задач; развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности

Практические задания также могут даваться на дом для закрепления пройденного материала и по подготовке к следующему практическому занятию.

**Кейс №1.** Разработайте видеокейс: на основе элемента сюжета художественного фильма по теме технологии продвижения молодежного лидера / молодежных субкультур для разбора в группе. Предложите Ваш вариант решения кейса.

**Кейс №2.** Разработайте концепцию и структуру сайта / газеты для медиа-позиционирования молодежной организации

**Кейс №3.** Разработайте рекламу факультета СПФ для абитуриентов: ролик, плакат, аудиосюжет

### **Критерии и методика оценивания:**

для студентов бакалавриата очной формы обучения, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- от 4 до 5 баллов выставляется студенту, если, он *правильно выполнил задание, владеет содержанием практической работы. Студент показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

- от 2 до 3 баллов выставляется студенту, если он владеет содержанием практической работы, *выполнил задание с небольшими неточностями. Студент показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;*

- 1 балл выставляется студенту, если он частично владеет содержанием практической работы; *выполнил задание с существенными неточностями. Студент показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала*

- 0 баллов выставляется студенту, если он не выполнил или не полностью выполнил задание практической работы. *Студент продемонстрировал полное отсутствие владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

для студентов бакалавриата заочной формы обучения, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- Оценка «отлично» выставляется студенту, если, он *правильно выполнил задание, владеет содержанием практической работы. Студент показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет содержанием практической работы, *выполнил задание с небольшими неточностями. Студент показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;*

- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично владеет содержанием практической работы; *выполнил задание с существенными неточностями. Студент показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала*

- Оценка «неудовлетворительно» выставляются студенту, если он не выполнил или не полностью выполнил задание практической работы, *при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.*

### **Перечень практических заданий.**

1. Проанализировать СМИ различного уровня: местных, региональных и государственных.
2. Исследовать особенности применения социальных технологий в работе с молодежью на материале СМИ разного формата.
3. Провести обзор федеральных, региональных и муниципальных программ в контексте организации работы с молодежью. Определить региональную специфику молодежных инициатив.
4. Выявить проблемы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью (на примере организации).
5. Разработать PR-кампании. Оформить проект.

### **Письменная контрольная работа**

Средство проверки умений применять полученные знания для выполнения заданий определенного типа по разделу или модулю учебной дисциплины. Письменная работа может проводиться в виде теста, перевода, ответа на теоретические вопросы (на усмотрение преподавателя) для подведения итогов по изученному разделу учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине.

### **Шкала оценок:**

для студентов бакалавриата очной формы обучения, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

15-10 баллов выставляется студенту, если он выполнил 5 заданий без ошибок или допустил незначительную (не грубую) ошибку, не повлиявшую на ответ, и продемонстрировал: систематизированные, глубокие и полные знания по разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; полное и глубокое усвоение основной, и дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине

9-6 баллов выставляется студенту, если он выполнил 5 заданий, но допустил незначительные ошибки, *не повлиявшие на ответ, а также частично выполнил одно из заданий или полностью его не выполнил.* Студент продемонстрировал: систематизированные, достаточные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; достаточное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине

5-0 баллов выставляется студенту, если он выполнил 5 заданий, но допустил множество грубых ошибок, правильно выполнил только половину заданий и продемонстрировал неполные, недостаточные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине.

для студентов бакалавриата заочной и очно-заочной форм обучения, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- Оценка «отлично» выставляется студенту, если он выполнил все задания без ошибок или допустил незначительную (не грубую) ошибку, не повлиявшую на ответ, и продемонстрировал: систематизированные, глубокие и полные знания по разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; полное и глубокое усвоение основной, и дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине

- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он выполнил все задания, но допустил незначительные ошибки, *не повлиявшие на ответ, а также частично выполнил одно из заданий или полностью его не выполнил.* Студент продемонстрировал: систематизированные, достаточные знания по всем разделам учебной программы

учреждения высшего образования по учебной дисциплине; достаточное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине

- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил все задания, но допустил множество грубых ошибок, правильно выполнил только половину заданий и продемонстрировал неполные, недостаточные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине.

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если у него нет понимания вопроса, допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не смог ответить ни на один поставленный вопрос по теме.

### **Тематика письменных контрольных работ**

1. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публич рилейшнз».
2. Ранние формы PR-коммуникаций.
3. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.
4. Характер и содержание PR. Функции PR.
5. Различие между целевыми функциями PR, рекламы и пропаганды. Задачи PR-специалиста.
6. Субъекты PR: базисный и технологический. Публицитный капитал. Паблицити.
7. Природа имиджа. Виды имиджей. Имидж и репутация.
8. Приемы и методы формирования имиджа. Фирменный стиль.
9. Роль СМИ в создании и поддержании имиджа.
10. Планирование PR-кампаний. Виды PR-кампаний.
11. Приемы, методы и технологии PR. Структура PR-кампании.
12. Целевая аудитория PR-кампании: определение, существенные характеристики, значение.
13. Практическая реализация PR-кампании. Особенности PR-кампаний в сфере связей с общественностью для коммерческих структур, государственных организаций и общественнополитических объединений.
14. Средства массовой коммуникации, их классификация и виды, используемые в связях с общественностью.
15. Роль медиапланирования в разработке PR-кампании. Подготовка материалов для СМИ.
16. Планирование расходов PR-кампании. Методы оценки эффективности PR-кампании.
17. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
18. Специальные мероприятия PR. Организация события, как основы для PR-кампании.
19. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
20. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations) в процессе проведения PR-кампании.

**Реферат** — краткий доклад по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников.

### **Тематика рефератов**

1. Экономические, политические, идеологические и социальные причины

возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публич рилейшнз».

2. Ранние формы PR-коммуникаций.
3. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.
4. Характер и содержание PR. Функции PR.
5. Различия между целевыми функциями PR, рекламы и пропаганды. Задачи PR-специалиста.
6. Субъекты PR: базисный и технологический. Публицитный капитал. Паблсити.
7. Природа имиджа. Виды имиджей. Имидж и репутация.
8. Приемы и методы формирования имиджа. Фирменный стиль.
9. Роль СМИ в создании и поддержании имиджа.
10. Планирование PR-кампаний. Виды PR-кампаний.
11. Приемы, методы и технологии PR. Структура PR-кампании.
12. Целевая аудитория PR-кампании: определение, существенные характеристики, значение.
13. Практическая реализация PR-кампании. Особенности PR-кампаний в сфере связей с общественностью для коммерческих структур, государственных организаций и общественнополитических объединений.
14. Средства массовой коммуникации, их классификация и виды, используемые в связях с общественностью.
15. Роль медиапланирования в разработке PR-кампании. Подготовка материалов для СМИ.
16. Планирование расходов PR-кампании. Методы оценки эффективности PR-кампании.
17. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
18. Специальные мероприятия PR. Организация события, как основы для PR-кампании.
19. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
20. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations) в процессе проведения PR-кампании.

### **Критерии оценки реферата**

**«Зачтено»** выставляется, если:

- обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;
- основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.

**«Не зачтено»** выставляется, если:

- тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы.

### **Вопросы для подготовки к зачету по курсу «Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике»**

1. Экономические, политические, идеологические и социальные причины

возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз».

2. Ранние формы PR-коммуникаций.
3. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.
4. Характер и содержание PR. Функции PR.
5. Различия между целевыми функциями PR, рекламы и пропаганды. Задачи PR-специалиста.
6. Субъекты PR: базисный и технологический. Публицитный капитал. Паблицити.
7. Природа имиджа. Виды имиджей. Имидж и репутация.
8. Приемы и методы формирования имиджа. Фирменный стиль.
9. Роль СМИ в создании и поддержании имиджа.
10. Планирование PR-кампаний. Виды PR-кампаний.
11. Приемы, методы и технологии PR. Структура PR-кампании.
12. Целевая аудитория PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение.
13. Практическая реализация PR-кампании. Особенности PR-кампаний в сфере связей с общественностью для коммерческих структур, государственных организаций и общественнополитических объединений.
14. Средства массовой коммуникации, их классификация и виды, используемые в связях с общественностью.
15. Роль медиапланирования в разработке PR-кампании. Подготовка материалов для СМИ.
16. Планирование расходов PR-кампании. Методы оценки эффективности PR-кампании.
17. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
18. Специальные мероприятия PR. Организация события, как основы для PR-кампании.
19. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
20. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations) в процессе проведения PR-кампании.
21. Роль СМИ в организации работы с молодежью. Информационные сайты в Интернете. Социальные сети Интернет.
22. Технологизация современных социальных процессов.
23. Интернет-пространство, как социальная среда взаимодействия молодежи.
24. Социальные сети, как инструмент технологизации работы с молодежью и влияния на аудиторию.
25. Грантовые технологии реализации молодежных проектов.
26. Технологии использования средств коммуникаций в управлении проблемными и кризисными ситуациями.
27. Критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов СМК.
28. Функции СМИ в организации работы с молодежью.
29. Становление первых форм деятельности по связям с общественностью в США в XIX в. Предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью.
30. Деятельность по связям с общественностью как профессиональное занятие. Первые PR-фирмы и профессиональные организации в начале XX века.
31. Современное состояние деятельности по связям с общественностью. Глобализация в PR-деятельности.
32. Международные ассоциации и организации по связям с общественностью.
33. Подразделения по связям с общественностью в коммерческих структурах, ее цели, задачи.
34. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения.
35. Борьба за внимание общественности. Влияние на общественность. Вопросы этики в деятельности по связям с общественностью.



### 36. Реклама и PR-деятельность. Сущность и основные цели рекламы, основные виды рекламы

Основу системы контроля учебной работы студентов по дисциплине составляет контроль посещаемости лекций, практических занятий, участие в дискуссиях по обсуждаемым темам, решение практических заданий на семинарских занятиях.

Зачет проводится, как правило, в письменной форме по двум выдаваемым преподавателем вопросам. На оценку по дисциплине влияют содержательность, глубина, логика мышления и раскрытия письменных ответов, а также активность и старание студента по дисциплине в течение всего семестра.

«**Зачтено**» выставляется студенту, обнаружившему полное знание курса, грамотно, глубоко и содержательно ответившему на все вопросы с примерами из российской практики, показавшему разносторонние навыки, продемонстрировавшему творческие способности, а также студенту, показавшему системный характер знаний курса, способному к самостоятельному обучению и пополнению багажа знаний, однако допустившему небольшую неточность в ответе.

«**Не зачтено**» выставляется студенту, допустившему значительные погрешности в ответе, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в изложении основных вопросов и тем курса.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература:

1. Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с.: ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780>.
2. Худоренко, Е.А. Коммуникационные технологии международных корпораций: учебное пособие / Е.А. Худоренко. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 335 с. - ISBN 978-5-374-00176-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90920>.

#### Дополнительная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А. Измайлова. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 444 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02557-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265>.
2. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 127 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>.
- Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00566-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>.
3. Луговой, Д.Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д.Б. Луговой; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». -

Ставрополь: СКФУ, 2017. - 131 с. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728>.

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

- 1 Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал», договор с ООО «Библиотех».
- 2 Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>
- 3 Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
- 4 Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
- 5 Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)
- 6 Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

### Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.)
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.)

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

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	<b>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа</b>	<b>Аудитория № 310</b> Учебная мебель, доска.
аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп.4)	<b>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций</b>	<b>Аудитория № 310</b> Учебная мебель, доска. <b>Аудитория № 312</b> Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный ClassicNorma 244*183.
аудитория № 419 лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	<b>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b>	<b>Аудитория № 419</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB, (15 штук).
читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла	<b>помещения для самостоятельной</b>	<b>Читальный зал № 5</b> Учебная мебель, учебно-наглядные

Маркса, д.3, корп. 4).	<b>работы</b>	<p>пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт.,  сканер EpsonV33 – 1 шт.,  моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB,  МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB,  огнетушитель–1шт.,подставка  автосенсорная на сканер – 1 шт.  (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>
------------------------	---------------	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплины «Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике» на 8 семестр  
Очная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32,2
лекций	
практических/семинарских	32
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	112
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	36

Форма контроля: зачет в 8 семестре.

№ п/ п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Тема 1. Общие и социально-психологические аспекты рекламы и PR деятельности в проектах, ориентированных на молодежь		10		37	Основная литература: 1-2 Дополнительная литература: 1-2.	изучение вопросов темы; проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	Устный опрос.
2	Тема 2. Социально-психологическая экспертиза рекламного продукта в молодежной сфере		12		37	Основная литература: 1-2 Дополнительная литература: 1-2.	изучение вопросов темы; проработка конспекта лекций, учебников.	Устный опрос, практическое задание.
3	Тема 3. Применение технологий рекламы и связей с общественностью в молодежной политике		10		38	Основная литература: 1-2 Дополнительная литература:	самостоятельное изучение рекомендуемой основной и	Устный опрос, письменная контрольная работа.

						1-2.	дополнительно й литературы для подготовки к написанию контрольной работы.	
	<b>Всего</b>		32		112			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплины «Практикум по организации связей с общественностью в молодежной политике» на 5 курс  
Заочная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	18,2
лекций	
практических/семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	121,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	4

Форма контроля: зачет на 5 курсе

№ п/ п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Тема 1. Общие и социально-психологические аспекты рекламы и PR деятельности в проектах, ориентированных на молодежь		6		40	Основная литература: 1-2 Дополнительная литература: 1-2.	изучение вопросов темы; проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	Устный опрос.
2	Тема 2. Социально-психологическая экспертиза рекламного продукта в молодежной сфере		6		41	Основная литература: 1-2 Дополнительная литература: 1-2.	изучение вопросов темы; проработка конспекта лекций, учебников.	Устный опрос, практическое задание.
3	Тема 3. Применение технологий рекламы и связей с общественностью в молодежной политике		6		40,8	Основная литература: 1-2 Дополнительная	самостоятельное изучение рекомендуемой	Устный опрос, письменная контрольная



						литература: 1-2.	основной и дополнительно й литературы для подготовки к написанию контрольной работы.	работа.
	<b>Всего</b>		32		112			

