

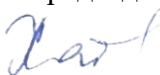
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании кафедры политологии и связей с
общественностью
(протокол № 10 от 8 июня 2022 г.)
Заведующий кафедрой

 Э.Н. Ямалова

«СОГЛАСОВАНО»

Председатель УМК ФФиС

 / Р.Н. Хайруллин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

дисциплина

«Организация пресс-мероприятий»

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность):
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки:
Коммуникационный менеджмент

Квалификация:
бакалавр

Разработчики (составители):

Доцент



О.Б. Маяцкая

Ассистент



М.Е. Арчибасов

Уфа, 2022 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 8 июня 2022 г.

Разработчики (составители): к.филос.н., доц. О.Б. Маяцкая; асс. М.Е. Арчибасов.

Согласовано:

Декан ФФИС



/ Р.М. Валияхметов

Заведующий кафедрой



/ Э.Н. Ямалова

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 установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4. Способен осуществлять планирование и управление проектами в коммуникационной сфере	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в области рекламы и СО в социокультурной сфере
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в области рекламы и СО в социокультурной сфере
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании
Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-5. 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	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта в области рекламы и СО в социокультурной сфере
	ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий в области рекламы и СО в социокультурной сфере

ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникации и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет навыками инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры в области рекламы и СО в социокультурной сфере
---	--

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Организация пресс-мероприятий*» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе во 1 семестре.

Умение успешно вести деловые переговоры, развить умения организовать пресс-мероприятия, представляющие интерес для их участников и отражающие интересы своего учреждения, грамотно составить и проанализировать текст документа – важнейшие составляющие профессиональной культуры PR-специалистов,. Данный курс ставит перед собой как теоретические, так и практические цели. Практические цели можно разделить на 2 этапа: превращение мероприятия в исключительно событие и обеспечение этому событию надежного успеха. Курс «Организация пресс-мероприятий» нацелен на приобретение практических знаний и навыков в области современных связей с общественностью.

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

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

2. 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.

Код и формулировка компетенции: ПК-4. Способен осуществлять планирование и управление проектами в коммуникационной сфере

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		(«Незачтено»)	(«Зачтено»)
ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в области рекламы и СО в социокультурной сфере	Владеет навыками составления программ проектови кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	1. Не сформированы умения составлять программы проектови кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы навысоком уровне умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.2. Готовит	Умеет готовить	Отсутствуют навыки	Сформированы на

основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в области рекламы и СО в социокультурной сфере	документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	высоком уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в области рекламы и СО в социокультурной сфере	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Отсутствуют навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Сформированы на высоком уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании

Код и формулировка компетенции: ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		(«Незачтено»)	(«Зачтено»)
ПК-5. 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	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	2. Не сформированы навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Сформированы на высоком уровне навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий	1.Отсутствуют навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	1.Сформированы на высоком уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий
ПК-5.3. Участвует в организации	Владеет инструментами	1.Отсутствуют навыки	1.Сформированы на высоком уровне

внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры
---	--	---	--

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа
ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа
ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа
ПК-5. 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	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа

ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Опрос по заданиям практических занятий, реферат, контрольная работа

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

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Организация пресс-мероприятий

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Общая стратегия отношений с прессой				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Реферат		1	0	25
Модуль 2. Основные формы организации пресс-мероприятий				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Контрольная работа		1	0	25
Пощирительные баллы				
Публикация статей			0	10
Посещаемость				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
Зачет				

Примерные вопросы для зачета

1. Взаимодействие с аудиторией на презентации. Демонстрационный материал.
2. Виды наглядных пособий на презентации.
3. Виды устной речи: информационная, убеждающая и специальная.
4. Жанры устных выступлений. Фактор аудитории.
5. Деятельность PR-специалиста до, в процессе и после презентации.
6. Деятельность до начала, во время и по завершении мероприятия.
7. Имидж организатора (внешний вид, общение со служащими).
8. Информационное обслуживание пресс-мероприятий
9. Информационный пакет документов.
10. Информационный пакет документов: брошюры и листовки; текст статей; фотографии, графики, таблицы;
11. Информационный пакет документов: визитные карточки представителей организации, присутствующих на мероприятии; мелкие рекламные образцы продукции фирмы; памятные предметы с логотипом фирмы.
12. Информационный пакет документов: медиа-релиз; биографические справки; бэкграундер или факт-лист.
13. Контролируемые и не контролируемые PR-документы.
14. Конференция – как форма работы пресс-службы со СМИ.
15. Концепция пресс-мероприятия. Цели. Достижение целей.
16. Круглый стол – как форма работы пресс-службы со СМИ.
17. Маркетинг организации специальных мероприятий.
18. Менеджер-организатор пресс-мероприятий. Необходимые качества и навыки.
19. Общая стратегия отношений с прессой
20. Оперативные документы в PR.
21. Организационные формы отношений с прессой: пресс-бюро, пресс-клуб.
22. Организационные формы отношений с прессой: пресс-служба, пресс-центр.
23. Основные законы выставок.
24. Основные формы организации пресс-мероприятий
25. Особенности взаимодействия с прессой.
26. Особенности функционирования пресс-службы.
27. Письменные PR-документы.
28. Контролируемые и не контролируемые PR-документы.
29. Планирование пресс-мероприятий.
30. Подготовка к публичному выступлению и его написание.
31. Организация устного публичного выступления. Подготовка текста выступлений.
32. Пресс-службы региональных и местных органов власти.
33. Пресс-службы федеральных органов власти.
34. Пресс-тур.
35. Приемы нейтрализации негативной реакции аудитории.
36. Психологические моменты (настрой, борьба с волнением).
37. Работа с выставочным персоналом.
38. Разработка концепции пресс-мероприятий
39. Устные PR-тексты: специфика подготовки и особенности использования.
40. Спичрайтерский текст: основные характеристики.
41. Цели проведения пресс-мероприятий: этапы.
42. Общая концепция пресс-мероприятий. Этапы. Подготовка.
43. Издание трудов конференции. Итоги.

Критерии и методика оценивания:

- Оценка «зачтено» – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), выставляется студенту если он дал полные, развернутые ответы по теоретическим вопросам на

зачет, продемонстрировал умение использовать терминологический аппарат по дисциплине, умение применять на практике теоретические знания, полученные в результате освоения дисциплины. Студент смог ответить на дополнительные вопросы и умеет аргументировано отстаивать свою точку зрения. Положительно оценена контрольная работа.

- Оценка «не зачтено» – от 0 до 59 рейтинговых баллов, выставляется студенту, если он не владеет теоретическими аспектами рассматриваемых вопросов, не использует терминологический аппарат для аргументированного и полного ответа по вопросу. Не смог ответить на дополнительные вопросы. Не умеет применять полученные знания на практике.

Практические задания

Практические задания выполняются после чтения лекций, дающих теоретические основы для их выполнения. Выполнение практических заданий – одна из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении студентами комплекса учебных заданий (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. На основе подготовки теоретического материала по семинарским занятиям, студентам предлагается выполнить творческое задание (написать эссе, доклад, реферат и др.), которое поможет на практическом примере раскрыть содержание рассматриваемой темы. Практические задания также могут даваться на дом для закрепления пройденного материала и по подготовке к следующему практическому занятию.

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.

Примерные вопросы для рефератов

1. Особенности функционирования пресс-службы.
2. Особенности работы пресс-центра. Задачи, функции, структура.
3. Специалисты пресс-служб (пресс-центров): пресс-секретарь, пресс-атташе.
4. Специалисты пресс-служб (пресс-центров): модератор, обозреватель, аналитик, группа аккредитации, технический персонал.
5. Пресс-службы федеральных органов власти (Президента РФ, Государственной Думы РФ, Правительства РФ).
6. Пресс-службы региональных и местных органов власти (администрации города, городского района.).
7. Основные формы организации пресс-мероприятий
8. Пресс-конференция
9. Цели проведения пресс-конференции. Планирование.
10. Брифинг.
11. Конференция. Классификация. Подготовка.
12. Издание трудов конференции. Итоги.
13. Презентация: цели, подготовка, место проведения.
14. Этапы презентации.
15. День открытых дверей.
16. Доклад.
17. Заседание.

18. Защита молодежи. Возрастные ограничения.
19. Информационный тур.
20. История становления индустрии по организации мероприятий.
21. Окружающая среда. Здоровье. Техника безопасности. Личная гигиена персонала.
22. Основные ошибки при проведении пресс-мероприятий.
23. Презентация. (Подготовка презентации. Место проведения презентации. Использование наглядных материалов.)
24. Реклама и PR в организации пресс-мероприятий.
25. Риски при проведении пресс-мероприятий. Финансовые риски. Эксплуатационные риски. Процесс управления рисками.
26. Семинар в фирме.
27. Спонсорство мероприятий.
28. Страхование. Виды страхования при проведении мероприятий.
29. Финансы и налоги в деятельности по подготовке и проведению мероприятий.
30. Аккредитация журналистов: принципы организации, правила, специфика.
31. Брифинг - как форма работы пресс-службы со СМИ
32. Виды и жанры устных выступлений.
33. Встреча с журналистами, интервью.
34. Дебаты как форма работы пресс-службы со СМИ.
35. Информационный пакет (пресс-кит) и другие виды информационных материалов для СМИ.
36. Медиапланирование как основной принцип деятельности пресс-службы.
37. Методы контроля и влияния пресс-службы на общественное мнение и слухи.
38. Мониторинг, контент-анализ СМИ по итогам пресс-мероприятий.
39. Экспресс-анализ СМИ по итогам пресс-мероприятий.
40. Основные жанры письменных PR-текстов.
41. Основные принципы подготовки и организации пресс-конференции. Проведение пресс-конференции.
42. Особенности спичрайтинга в работе пресс-службы.
43. Правовые и внеправовые способы нейтрализации негативной информации.
44. Пресс-ланч – особенности подготовки.
45. Пресс-релиз, его виды и системы рассылки.
46. Пресс-тур – как форма работы пресс-службы со СМИ.
47. Принципы отношений сотрудников пресс-службы с представителями СМИ.
48. Специфика подготовки и использования устных PR-текстов.
49. Формы и методы работы пресс-службы в условиях информационного противостояния или конфликта.
50. Связи с общественностью за рубежом. Мировые тенденции в области СО.
51. Актуальные тенденции рынка PR в России. Профильные PR – ассоциации в России. Новые профессиональные стандарты.
52. Особенности рынка по связям с общественностью в России.
53. Новые технологии, оказывающие влияние на работу специалиста по СО.
54. Современное состояние и общая характеристика информационного поля. СМИ в новой коммуникационной среде.
55. Письменные PR-тексты: жанры и особенности. Оперативно-новостные жанры: пресс-релиз и приглашение.
56. Исследовательско-новостные жанры: бэкграундер и лист вопросов и ответов. Особенности бэкграундера как PR-текста.
57. Фактологические жанры: факт-лист, биография.
58. Заявление как исследовательский жанр PR-текста.
59. Образно-новостные жанры: поздравление, письмо.
60. Байланер как жанр интернет-коммуникции.
61. Особенности и специфика создания медиатекстов. Виды медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью.
62. Информационные пакеты (пресс-кит). Принципы формирования информационных пакетов.

- Стиль оформления информационных пакетов.
63. Информационные издания пресс-служб. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения.

Критерии оценки реферата:

- актуальность темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- соответствие оформления стандартом.

Описание шкалы оценивания для реферата:

- 25-20 баллов ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы.
- 15-10 баллов ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание реферата; допущены один – два недочета при освещении основного содержания темы, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. В реферате может быть недостаточно полно развернута аргументация.
- 10-5 баллов ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после замечаний преподавателя; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.
- 5-0 балла ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи; не сформированы умения и компетенции; реферат является плагиатом других рефератов более чем на 90%.

Критерии и методика оценивания для ЗФО и ОЗО:

- отлично выставляется студенту за правильно составленный реферат, в котором отражена актуальность, проблема полностью логически раскрыта, имеется полный список источников, отражающих современное состояние заданной темы.
- хорошо выставляется студенту за правильно составленный реферат, но с отдельными неточностями, не до конца отражена актуальность. Проблема логическим изложением раскрыта, но требует небольшого дополнения. Имеется неполный список источников, отражающих современное состояние заданной темы.
- удовлетворительно выставляется студенту, в случае, если реферат составлен с упущениями, актуальность отражена недостаточно. При раскрытии проблемы допущены незначительные ошибки. Список источников включает устаревшие данные, не отражающие современное состояние заданной темы.
- неудовлетворительно выставляется студенту, если студент неполно ответил на либо не ответил ни на один дополнительный вопрос. При раскрытии проблемы допущены значительные ошибки. Список источников включает устаревшие данные, не отражающие

современное состояние заданной темы.

Контрольная работа

Описание контрольной работы:

Контрольная работа – форма рубежного контроля. Она состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

В качестве контрольной работы студентам предлагается провести исследование актуальной темы для пресс-мероприятия. Задание для контрольной работы выдается на 8 неделе и проверяется в течение 14 -15 недель учебного курса. Количество часов самостоятельной работы, отведенной на подготовку к контрольной работе: 26 часов. Контрольная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

Примерные темы контрольной работы

Контрольная №1

1. Основные формы организации пресс-мероприятий
2. Планирование пресс-мероприятий.
3. Информационное обслуживание пресс-мероприятий
4. Контролируемые и не контролируемые PR-документы.
5. Информационный пакет документов для прессы.

Контрольная №2

1. Организационные формы отношений с прессой (пресс-служба, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб). Особенности функционирования пресс-службы.
2. Особенности работы пресс-центра. Задачи, функции, структура.
3. Специалисты пресс-служб (пресс-центров): пресс-секретарь, пресс-атташе, модератор, обозреватель, аналитик, группа аккредитации, технический персонал.
4. Основные формы организации пресс-мероприятий
5. Пресс-конференция

Контрольная №3

1. Презентация: цели, подготовка, место проведения. Этапы презентации.
2. Планирование и координация выставки.
3. Письменные PR-документы. Контролируемые и не контролируемые PR-документы.
4. Информационный пакет документов. Минимум документов, необходимых в любом информационном мероприятии
5. Оперативные документы в PR.

Контрольная №4

1. Подготовка текста выступлений.
2. Управление мероприятием. Проект-менеджмент. Планирование проекта. Цель (цели). Исследование.
3. Разработка проекта. Планирование. Реализация и координация.
4. Анализ работы. Право и ответственность.
5. Окружающая среда, здоровье, техника безопасности.

Контрольная №5

1. Виды мероприятий. Семинар в фирме. Виды мероприятий. Конференция. День открытых дверей.

2. Виды мероприятий. Доклад- презентация. Лекция. Информационный тур. Презентация продукции.
3. Загородная экскурсия для сотрудников предприятия или объединения.
4. Информационные пакеты (пресс-кит). Принципы формирования информационных пакетов. Стиль оформления информационных пакетов.
5. Информационные издания пресс-служб. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения.

Контрольная №6

1. Устные PR-тексты: специфика подготовки и особенности использования. Спичрайтерский текст: основные характеристики.
2. Виды устной речи: информационная, убеждающая и специальная.
3. Жанры устных выступлений. Фактор аудитории.
4. Подготовка к публичному выступлению и его написание.
5. Организация устного публичного выступления. Приемы нейтрализации негативной реакции аудитории.

Контрольная №7

1. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы.
2. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан. Закон РФ «О СМИ». Другие сопутствующие медиатеателности законодательные акты. Региональные законодательные акты, касающиеся деятельности пресс-службы и СМИ.
3. Возможности деятельности пресс-служб в условиях кризиса и информационного противостояния.
4. Слухи и борьба с ними. Этика отношений пресс-службы и ее сотрудников в контексте информационного противостояния с внешней общественностью, представителями властных, политических и бизнес-структур, а также со СМИ.
5. В ходе семинарского занятия обсуждаются правовые и внеправовые методы и способы нейтрализации негативной информации пресс-службой.

Критерии и методика оценивания:

Критерии оценки (в баллах):

25-15 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;

14-10 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;

9-5баллов 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;

4-1 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.

Критерии и методика оценивания ответов на контрольную работу для ЗФО и ОЗО:

– Если ответ студента может быть оценен в 2-5 балла, то ему выставляется оценка «Зачтено». Ответ засчитывается, если студент в основном раскрыл вопрос.

– Если ответ студента не может быть оценен более, чем в 1 балл, выставляется оценка «*Незачтено*». Ответ не засчитывается, если свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании вопроса.

1. 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: <http://lib.bashedu.ru>

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

Основная литература:

1. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский , С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; ГУ - Высшая школа экономики .— Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2010 .— 384 с.
2. Шарков Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации. Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2013. Доступ через электронную библиотеку БашГУ <https://elib.bashedu.ru/search/result?c=1&q=+Политический+PR+связи+с+общественностью+в+о+р+ганах+власти>

Дополнительная литература:

1. Постовская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы / Я.А. Постовская. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 165 с. - ISBN 978-5-905815-47-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>

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

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ». – Электрон.дан. – Режим доступа:<https://lib.bashedu.ru/>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань». – Электрон.дан. – Режим доступа:<https://e.lanbook.com/books>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <https://www.biblioclub.ru>
4. Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
5. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.eibrary.ru/>
6. Электронный каталог библиотеки БашГУ. – Электрон.дан. – Режим доступа:<http://www.bashlib.ru/catalogi>
7. Гарант – информационно-правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru.
8. Официальный Интернет-портал правовой информации: Государственная система правовой информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.gov.ru
9. Библиотека Гумер - Политология. – Электрон.дан. – Режим доступа:http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php

10. Институт социологии РАН. – Электрон.дан. – Режим доступа:<http://www.isras.ru/>
11. Агентство социальной информации. - <http://www.asi.org.ru>
12. <https://www.proreklamu.com>
<http://metroreklama.ru>
13. <https://www.youtube.com/watch?v=suMnNW7axR4>
<http://www.advesti.ru>
14. <http://reklamaster.com>
https://smallbusiness.ru/library/pr_dlya_malogo_biznesa.html
<http://www.createbrand.ru>
15. <http://www.adhard.ru>
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
<http://www.advmarket.ru>
16. <http://www.advertology.ru>
<http://reklamist.com>

ПО:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.Лицензиябессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian.Лицензиябессрочная.Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии - бессрочные.
3. Windows 10.Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г.
4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.

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
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Лекции	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска.</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Практические занятия	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска.</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4). аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации,</p> <p>промежуточная аттестация.</p>	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска. Учебная аудитория 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук). ПО: 1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г. 2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г. 4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.</p>
<p><i>помещения для самостоятельной работы:</i> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Самостоятельная работа	<p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» ФАКУЛЬТЕТ
ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Организация пресс-мероприятий» на 7 семестр очной формы
обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	72/2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	12,2
Лекций	18
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)	55,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	-

Форма контроля:зачет

7 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	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Модуль 1. Общая стратегия отношений с прессой							
1.	Тема 1. Особенности взаимодействия Организационные формы отношений с прессой Особенности функционирования пресс-службы. Пресс-службы федеральных органов власти Пресс-службы региональных и местных органов власти.	2	8		5,8	Работа с лекцией, ознакомление с основной и доп. литературой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия
2.	Тема 2. Основные формы организации пресс-мероприятий 1.Цели проведения. 2.Планирование. 3.Разработка концепции мероприятия. 4.Этапы.Общая концепция мероприятия. Подготовка. Издание	4	8		6	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия

	трудо Итоги.						
3.	Тема 3. Информационное обслуживание пресс-мероприятий 1. Контролируемые и не контролируемые PR-документы. 2. Информационный пакет документов.	2	8		6	Работа с лекцией, подготовка к ПЗ, реферата при совпадении темы с данной темой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия
4.	Тема 4. Общая стратегия отношений с прессой Особенности взаимодействия с прессой. Организационные формы отношений с прессой (пресс-служба, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб). Особенности функционирования пресс-службы. Особенности работы пресс-центра. Задачи, функции, структура. Специалисты пресс-служб (пресс-центров): пресс-секретарь, пресс-атташе, модератор, обозреватель, аналитик, группа аккредитации, технический персонал. Пресс-службы федеральных органов власти (Президента) Пресс-службы региональных и местных органов власти	4	8		10	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, проекта мероприятия, подготовка к контрольной работе.	1. Аудиторная работа 2. Реферат

	(администрации города, городского района).						
Модуль 2. Основные формы организации пресс-мероприятий							
5.	Тема 5. Пресс-конференция Цели проведения. Планирование. Выбор места проведения. Разработка концепции мероприятия (цель, масштаб, план, система регистрации). Этапы пресс-конференции. Деятельность PR-специалиста в процессе пресс-конференции. Брифинг. Конференция. Классификация (форма, масштаб, время проведения). Общая концепция мероприятия Подготовка. Итоги.	2	8		10	Подготовка к ПЗ, к контрольной работе при совпадении выбранного вопроса с данной темой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия
6.	Тема 6. Презентация Презентация: цели, подготовка, место проведения. Этапы презентации. 2. Виды наглядных пособий. Имидж организатора (внешний вид, общение со служащими). Психологические моменты (настрой, борьба с волнением). Взаимодействие с аудиторией (особенности аудиторий, вопросы аудитории, реакция на возражения). 5. Демонстрационный материал Деятельность PR-специалиста до, в процессе и после презентации.	2	8		10	Подготовка к ПЗ, подготовка контрольной работы при совпадении выбранного вопроса с данной темой. Подготовка к зачету	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия

	Пресс- тур.						
7	<p>Тема 7. Торговые выставки</p> <p>Планирование и координация выставки.</p> <p>2. Основные законы выставок.</p> <p>Деятельность до начала, во время и по завершении мероприятия.</p> <p>Работа с выставочным персоналом.</p>	2			6	<p>Подготовка к ПЗ, к контрольной работе при совпадении выбранного вопроса с данной темой</p>	<p>1. Аудиторная работа</p> <p>2. Выступление по теме практического занятия</p>
	<p>Тема 8. Письменные PR-документы</p> <p>Контролируемые и неконтролируемые PR-документы.</p> <p>Информационный пакет документов. медиа-релиз; биографические справки; текст выступления; бэкграундер или факт-лист, или и то и другое; брошюры и листовки; текст статей; фотографии, графики, таблицы; визитные карточки представителей организации, присутствующих на мероприятии; мелкие рекламные образцы продукции фирмы; памятные предметы с логотипом фирмы.</p> <p>Оперативные документы в PR.</p> <p>Подготовка текста выступлений.</p>	2			2	<p>Подготовка к ПЗ, подготовка контрольной работы при совпадении выбранного вопроса с данной темой.</p> <p>Подготовка к зачету</p>	<p>1. Аудиторная работа</p> <p>2. Контрольная работа</p> <p>3. Зачёт</p>
	ИТОГО:	18	18		48,5		

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Организация пресс-мероприятий»
на 7 семестр заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	72/2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2
Лекций	6
практических/ семинарских	6
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	55,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	-

Форма контроля:
зачет 7 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	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Модуль 1. Общая стратегия отношений с прессой							
1.	Тема 1. Особенности взаимодействия Организационные формы отношений с прессой Особенности функционирования пресс-службы. Пресс-службы федеральных органов власти Пресс-службы региональных и местных органов власти.	2			5,8	Работа с лекцией, ознакомление с основной и доп. литературой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия
2.	Тема 2. Основные формы организации пресс-мероприятий 1.Цели проведения. 2.Планирование. 3.Разработка концепции мероприятия. 4.Этапы.Общая концепция мероприятия. Подготовка. Издание трудов конференции. Итоги.		2		6	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия

3.	<p>Тема 3. Информационное обслуживание пресс-мероприятий</p> <p>1. Контролируемые и не контролируемые PR-документы.</p> <p>2. Информационный пакет документов.</p>	2			6	Работа с лекцией, подготовка к ПЗ, реферата при совпадении темы с данной темой.	1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия
4.	<p>Тема 4. Общая стратегия отношений с прессой</p> <p>Особенности взаимодействия с прессой.</p> <p>Организационные формы отношений с прессой (пресс-служба, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб). Особенности функционирования пресс-службы.</p> <p>Особенности работы пресс-центра. Задачи, функции, структура.</p> <p>Специалисты пресс-служб (пресс-центров): пресс-секретарь, пресс-атташе, модератор, обозреватель, аналитик, группа аккредитации, технический персонал.</p> <p>). Пресс-службы федеральных органов власти (Президента</p> <p>Пресс-службы региональных и местных органов власти (администрации города, городского района.).</p>	2			10	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, проекта мероприятия, подготовка к контрольной работе.	1. Аудиторная работа 2. Реферат
Модуль 2. Основные формы организации пресс-мероприятий							

5.	<p>Тема 5. Пресс-конференция Цели проведения. Планирование. Выбор места проведения. Разработка концепции мероприятия (цель, масштаб, план, система регистрации). Этапы пресс-конференции. Деятельность PR-специалиста в процессе пресс-конференции. Брифинг. Конференция. Классификация (форма, масштаб, время проведения). Общая концепция мероприятия Подготовка. Итоги.</p>	2			10	<p>Подготовка к ПЗ, к контрольной работе при совпадении выбранного вопроса с данной темой.</p>	<p>1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия</p>
6.	<p>Тема 6. Презентация Презентация: цели, подготовка, место проведения. Этапы презентации. 7. Виды наглядных пособий. Имидж организатора (внешний вид, общение со служащими). Психологические моменты (настрой, борьба с волнением). Взаимодействие с аудиторией (особенности аудиторий, вопросы аудитории, реакция на возражения). 10. Демонстрационный материал Деятельность PR-специалиста до, в процессе и после презентации. Пресс- тур.</p>				10	<p>Подготовка к ПЗ, подготовка контрольной работы при совпадении выбранного вопроса с данной темой. Подготовка к зачету</p>	<p>1. Аудиторная работа 2. Выступление по теме практического занятия</p>

7	<p>Тема 7. Торговые выставки</p> <p>Планирование и координация выставки.</p> <p>5. Основные законы выставок.</p> <p>Деятельность до начала, во время и по завершении мероприятия.</p> <p>Работа с выставочным персоналом.</p>				6	<p>Подготовка к ПЗ, к контрольной работе при совпадении выбранного вопроса с данной темой</p>	<p>1. Аудиторная работа</p> <p>2. Выступление по теме практического занятия</p>
	<p>Тема 8. Письменные PR-документы</p> <p>Контролируемые и неконтролируемые PR-документы.</p> <p>Информационный пакет документов. медиа-релиз; биографические справки; текст выступления; бэкграундер или факт-лист, или и то и другое; брошюры и листовки; текст статей; фотографии, графики, таблицы; визитные карточки представителей организации, присутствующих на мероприятии; мелкие рекламные образцы продукции фирмы; памятные предметы с логотипом фирмы.</p> <p>Оперативные документы в PR.</p> <p>Подготовка текста выступлений.</p>		2		2	<p>Подготовка к ПЗ, подготовка контрольной работы при совпадении выбранного вопроса с данной темой.</p> <p>Подготовка к зачету</p>	<p>1. Аудиторная работа</p> <p>2. Контрольная работа</p> <p>3. Зачёт</p>
	ИТОГО:	6	6		55,8		

