

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

Утверждено:
на заседании кафедры политологии
и связей с общественностью
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Согласовано:
Председатель УМК
факультета философии и социологии

 / Р.Н. Хайруллин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Технологии связей с общественностью в различных сферах

Факультативная дисциплина

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)

41.04.04 Политология

Направленность (профиль) подготовки

Политический менеджмент и связи с общественностью

Квалификация
Магистр

Разработчик (составитель) Доцент, к. филос. наук	Маяцкая О.Б. 
---	--

Для приема: 2022

Уфа 2022 г.

Составитель: Маяцкая Ольга Борисовна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций 3
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) 5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине 6
 - 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. 6
 - 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. 7
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 14
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 14
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы 14
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 15

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

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
Оценка эффективности политического менеджмента	ПК-5. способен к разработке и практическому применению методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	ИПК 5.1. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Знать: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью
		ИПК 5.2. Умеет: разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Уметь: разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью
		ИПК 5.3. Владеет: навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по	Владеть: навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с

		связям с общественностью	общественностью
--	--	-----------------------------	-----------------

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Целями освоения дисциплины (модуля) являются: передача магистрантам информации, включающей в себя знания, имеющие непосредственное отношение к специфике функционирования области связи с общественностью во всех отраслях институционального взаимодействия, а также коммуникативной области и, безусловно, политической сферы общественных отношений; привитие навыков исследовательской работы при изучении ролевых особенностей public relations.

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 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-5. - способен к разработке и практическому применению методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ИПК 5.1. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности и политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Знать: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности и политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Не знает способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Отлично знает способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью
ИПК 5.2. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности и политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Уметь: разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Не умеет разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Отлично умеет разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью

ИПК 5.3. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности и политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Владеть: навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Не владеет навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Отлично владеет навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью
--	--	--	---

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
ИПК 5.1. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	устный опрос по вопросам семинарского занятия, реферат, доклад, эссе
ИПК 5.2. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Умеет: разрабатывать и применять на практике методы оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	устный опрос по вопросам семинарского занятия, реферат, доклад, эссе

общественностью		
ИПК 5.3. Знает: способы разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	Владеть: навыками разработки и практического применения методов оценки эффективности политического менеджмента, административных реформ и деятельности по связям с общественностью	устный опрос по вопросам семинарского занятия, реферат, доклад, эссе

Шкала оценивания на зачёте:

«зачтено» –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 оспаривать точку зрения.

«не зачтено» –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.

Зачет – форма проверки навыков и знаний студентов высших и средних специальных учебных заведений. Может проводиться как в устной, так и в письменной форме. Способ аттестации устанавливается преподавателем.

Примерные вопросы для зачёта

1. Анализ правила Питера Грина по восстановлению репутации во время кризиса.
2. Выделение классов PR-технологий по критерию оценки с точки зрения моральных и нравственных представлений, принятых в конкретном обществе.
3. Генеральная цель и подцели публич рилейшнз.
4. Два типа кризисов с точки зрения ПР Сэма Блэка.
5. классификации PR-технологий по критерию законности.
6. Конкретизированное определение предприятием границ собственной потребительской среды с последующим формированием позитивного общественного мнения.
7. Краеугольная роль медиа-институтов в реализации пиар-технологий.
8. Кризисы и слухи. Программа по управлению кризисами Питера Грина.
9. Магия слова.
10. Масс-медиа, как основной инструментом связи с общественностью.
11. Направления деятельности публич рилейшнз.
12. Объект изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью в различных сферах».
13. Основные задачи PR.
14. Основные направления развития публич рилейшнз.
15. Основные функции социального уровня публич рилейшнз.
16. Особая роль политических перформансов, как способов манифестации политических идей.
17. Особенности воздействия PR на общественное сознание с целью его изменения.
18. Особенности объективного формирования в массовом сознании общественности мнения о доминировании социальной составляющей в деятельности корпорации.
19. Особенности взаимодействия медиа-корпораций и пиар-служб в концептуальных положениях американских учёных.
20. Оценки результативности работы службы публич рилейшнз.

21. Понятие и теория перформанса, объединяющая в себе различные типы коллективного коммуникативного поведения.
22. Понятие информационно-психологической войны, как феномена, описывающего определенный тип взаимоотношений между различными государственными и общественными системами.
23. Понятие конкретных замечаний, помогающих в работе пиар-технологу.
24. Понятие, природа и сущность «жёлтого» пиара.
25. Понятие, природа и сущность «зелёного» пиара.
26. Понятие, природа и сущность «красного» пиара.
27. Понятие, природа и сущность «серого» пиара.
28. Понятие, природа и сущность пиара «цвета хаки».
29. Предварительные разработки специалистов PR по локализации снижения узнаваемости корпорации в условиях кризисных ситуаций.
30. Предмет изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью в различных сферах».
31. Предотвращение конфликтов и недопонимания между участниками отношений.
32. Предпочтения масс-медиа при взаимодействии с пиар-средой.
33. Проведение рекламно-информационных кампаний продукции предприятий для увеличения доходов от производственной деятельности.
34. Профилактика конфликтов с общественностью и партнёрами, а также с конкурирующими организациями.
35. Разграничение технологий публичных рилейшнз по цветовой гамме.
36. Реагирование на кризисную ситуацию как важная составляющая работы в области пиара.
37. Речь как носитель личностного характера.
38. Создание положительного имиджа (репутации) компании.
39. Соотношения случайной и интегрированной аудиторий по Р. Шехнеру.
40. Специфика активной деятельности с массовой аудиторией по освещению событий.
41. Специфика применения пиар-технологиями методов, в наибольшей степени отображающих специфику и свойства массового сознания.
42. Специфика проведения работы с местным населением по потенциальной локализации нежелательных социальных конфликтов.
43. Сфера кризиса, как одно из основных направлений работы в пиар-сфере.
44. Трансформационные основы взаимодействия свойств и специфики массового сознания как объекта воздействия, и самих методов воздействия.
45. Установление отношений с общественностью (анализ и интерпретация общественного мнения).
46. Формирование и постоянная работа по расширению круга как доброжелательных и порядочных партнёров в предпринимательских и во властно-управленческих структурах государства, так и установление, а также упрочнение неформальных связей с данными физическими лицами, представляющими свои организации.
47. Формирование у сотрудников чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятий.
48. Функции публичных рилейшнз.
49. Цель ознакомления с основами дисциплины «Технологии связей с общественностью в различных сферах».
50. Центральное понятие аудитории и моделирования её поведения в тех или иных видах перформанса.
51. «Чистые» и «грязные» PR-технологии.
52. Этапы воздействия массовых коммуникаций на общественную среду. Эффективность и неэффективность пиар-технологий

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

Вопросы для устного опроса

1. Проведение рекламно-информационных кампаний продукции предприятий для увеличения доходов от производственной деятельности.
2. Установление отношений с общественностью (анализ и интерпретация общественного мнения).
3. Создание положительного имиджа (репутации) компании.
4. Формирование у сотрудников чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятий.
5. Предотвращение конфликтов и недопонимания между участниками отношений.
6. Конкретизированное определение предприятием границ собственной потребительской среды с последующим формированием позитивного общественного мнения.
7. Формирование и постоянная работа по расширению круга как доброжелательных и порядочных партнёров в предпринимательских и во властно-управленческих структурах государства, так и установление, а также упрочнение неформальных связей с данными физическими лицами, представляющими свои организации.
8. Профилактика конфликтов с общественностью и партнёрами, а также с конкурирующими организациями.
9. Специфика проведения работы с местным населением по потенциальной локализации нежелательных социальных конфронтаций.
10. Особенности объективного формирования в массовом сознании общественности мнения о доминировании социальной составляющей в деятельности корпорации.
11. Раскрыть понятие, природу и сущность «серого» пиара.
12. Раскрыть понятие, природу и сущность «кровавого» пиара.
13. Раскрыть понятие, природу и сущность пиара «цвета хаки».
14. Раскрыть понятие, природу и сущность «жёлтого» пиара.
15. Раскрыть понятие, природу и сущность «зелёного» пиара.
16. Понятие конкретных замечаний, помогающих в работе пиар-технологу.
17. Сфера кризиса, как одно из основных направлений работы в пиар-сфере.
18. Анализ правила Питера Грина по восстановлению репутации во время кризиса
19. Реагирование на кризисную ситуацию как важная составляющая работы в области пиара.
20. Предварительные разработки специалистов PR по локализации снижения узнаваемости корпорации в условиях кризисных ситуаций.
21. Масс-медиа, как основной инструмент связи с общественностью.
22. Особенности взаимодействия медиа-корпораций и пиар-служб в концептуальных положениях американских учёных.
23. Этапы воздействия массовых коммуникаций на общественную среду.
24. Краеугольная роль медиа-институтов в реализации пиар-технологий.
25. Предпочтения масс-медиа при взаимодействии с пиар-средой.
26. Специфика активной деятельности с массовой аудиторией по освещению событий.
27. Понятие и теория перформанса, объединяющая в себе различные типы коллективного коммуникативного поведения.
28. Центральное понятие аудитории и моделирования её поведения в тех или иных видах перформанса.
29. Соотношения случайной и интегрированной аудиторий по Р. Шехнеру.
30. Особая роль политических перформансов, как способов манифестации политических идей.

31. Понятие информационно-психологической войны, как феномена, описывающего определенный тип взаимоотношений между различными государственными и общественными системами.
32. Специфика применения пиар-технологиями методов, в наибольшей степени отображающих специфику и свойства массового сознания.
33. Особенности воздействия PR на общественное сознание с целью его изменения.
34. Трансформационные основы взаимодействия свойств и специфики массового сознания как объекта воздействия, и самих методов воздействия.
35. Правовое ограничение реализации нежелательных психотехнологий пиара.

Критерии оценки по устному опросу:

На **«отлично»** оценивается ответ, в котором студент при ответе на вопрос правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, апеллирует к эмпирическим обоснованиям, демонстрирует владение общенаучными логическими методами (дедукция, индукция), обосновывает авторскую позицию по той или иной проблеме.

На **«хорошо»** оценивается ответ, в котором студент при ответе на вопрос правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, апеллирует к эмпирическим обоснованиям, демонстрирует владение общенаучными логическими методами (дедукция, индукция), но затрудняется с авторской оценкой проблемы.

На **«удовлетворительно»** оценивается ответ, в котором студент при ответе на вопрос правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, но затрудняется при использовании эмпирического материала и авторской оценке проблемы.

«Неудовлетворительно» ставится в случае, когда студент не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки, когда знания носят отрывочный и бессистемный характер, нет понимания важных узловых вопросов курса, а на большинство дополнительных вопросов даны ошибочные ответы.

Задания для контрольной работы

Описание контрольной работы:

Контрольная работа проводится письменно по двум модулям /рубежный контроль.

Примерные вопросы контрольной работы

Тема 1. «Процессы реализации технологий связей с общественностью».

Задание: Раскрыть классификацию PR-технологий.

Задание: Описать инструментарий публичных рилейшнз.

Задание: Определить специфику взаимодействия PR-служб со средствами массовой коммуникации.

Задание: Охарактеризовать основные черты политических перформансов.

Задание: Подвергнуть аналитическому определению уровень влияния PR-технологий на общественное сознание.

Тема 2. «Роль политического анекдота и политического мема в политической коммуникации»

Задание: определить и описать сущность политического анекдота.

Задание: выделить основные особенности политического мема.

Задание: выявить типы коммуникативных неудач политического анекдота и политического мема.

Задание: рассмотреть политический юмор как объект исследования в политической науке.

Критерии оценки контрольной работы:

- **оценка «отлично»** выставляется студенту, если он правильно, глубоко и аргументированно ответил на все вопросы контрольной работы, изложение материала ясное и четкое, приводимые доказательства логичны;
- **оценка «хорошо»** выставляется студенту, если он в основном правильно и достаточно полно сумел ответить на вопросы;
- **оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если он ответил не на все вопросы;
- **оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, если не ответил на большинство вопросов контрольной работы.

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

Темы докладов:

1. Варианты разработок стратегии сдерживания кризиса.
2. Влияние масс-медиа на формирование стереотипов в общественном сознании.
3. Выработка информационной политики, её стратегии и тактики.
4. Ключевые тенденции осуществления «бесцветного» PR.
5. Конкретизация аналитического подхода к подготовке двух основных задач первых критических часов начала кризиса: что именно делать и что точно говорить.
6. Концепция сближения пиара с журналистикой Эдварда Бернейса.
7. Меры и действия по проведению и организации активных действий PR-кампаний.
8. Объективное формирование в массовом сознании положительного общественного мнения.
9. Определение предприятием границ собственной потребительской среды с последующим формированием позитивного общественного мнения.
10. Особенности изучения партнеров, анализ конкретных ситуаций, оценки общественного мнения, подготовки результатов анализа для принятия решений.
11. Особенности упреждающей вакцинации общества на уровне морально-нравственных императивов.
12. Особенности установки причин приостановления продуктивных функций деятельности пиара и определения PR-технологиями наиболее уязвимых мест организации.
13. Правовое ограничение реализации нежелательных психотехнологий пиара.
14. Природа мира «чёрно-белого» пиара.
15. Проблема стереотипов и мифов как составной части PR-работы.
16. Проведение работы с местным населением по потенциальной локализации нежелательных социальных конфликтов.
17. Профилактика конфликтов с общественностью и партнёрами.
18. Процесс создания набора вопросов, ответов и решений для потенциального кризисного сценария.
19. Развитие социальной коммуникации предприятия с её социально-экономической средой.
20. Разработка сценариев действия руководства в условиях кризиса как основной задачи публичных отношений.
21. Роль государства в создании и поддержании фильтра воздействия пиар-технологий на массовое сознание.
22. Создание и поддержание пиар-службой предприятия благоприятного общественного мнения.
23. Соотношение понятия разработок стратегии сдерживания кризиса и реагирования на проявление кризисных тенденций.
24. Специфика процедуры определения приоритетов в пиар-деятельности.
25. Специфика формирования и постоянная работа по расширению круга партнёров.

Шкала оценивания:

На **«отлично»** оценивается доклад, в котором студент правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, апеллирует к эмпирическим обоснованиям, демонстрирует владение общенаучными логическими методами (дедукция, индукция), обосновывает авторскую позицию по той или иной проблеме.

На **«хорошо»** оценивается доклад, в котором студент правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, апеллирует к эмпирическим обоснованиям, демонстрирует владение общенаучными логическими методами (дедукция, индукция), но затрудняется с авторской оценкой проблемы.

На **«удовлетворительно»** оценивается доклад, в котором студент правильно использует понятийно – категориальный научный аппарат, умело использует логические связи между понятиями, но затрудняется при использовании эмпирического материала и авторской оценке проблемы.

«Неудовлетворительно» ставится в случае, если тема доклада не раскрыта, студент не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки при изложении материала и при ответах на дополнительные вопросы, что говорит о незнании важных узловых вопросов курса.

Тест. Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путём выбора им одного ответа из четырёх вариантов ответов на поставленный вопрос.

Примерные вопросы для тестирования

1. Какой компонент не является основным в процессе делового общения?

- а) умение вести себя
- б) умение видеть и слышать партнера
- в) умение «заговорить» партнера

2. Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»

- а) постоянно повторяется
- б) использует традиционные каналы передачи информации
- в) требует минимум усилий со стороны целевой аудитории

3. Какой процент информации несут в себе невербальные коммуникации?

- а) 15 %
- б) 40 %
- в) более 50%

4. Какой функции у ПР нет?

- а) информационной
- б) управленческой
- в) контрольно-ревизионной

4. Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики?

- а) организационно-технологическая
- б) аналитико-прогностическая
- в) консультативно-методическая

5. Отраслевым изданием, вышедшим впервые в свет в 1996 г. при поддержке РАСО, является:

- а) «Советник»
- б) «Коммерсант»
- в) «PR сегодня»

6. Предшествует началу (этапу) разработки стратегии и тактики политической (избирательной) кампании:

- а) определение этапов и мероприятий избирательной кампании

- б) формирование материально-технической базы избирательной кампании
- в) комплексный анализ избирательного поля

7. Выделите из трех предложенных вариантов ответов сущностную характеристику коммуникационного института рекламы:

- а) установление долгосрочных доброжелательных, доверительных отношений субъекта рынка с целевыми аудиториями общественности
- б) продвижение бренда товара или услуги
- в) целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации

8. Политическая предвыборная агитация кандидата на выборный мандат разрешена

- а) за 30 дней до дня голосования
- б) с момента уведомления избирательной комиссии о выдвижении кандидата (списка кандидатов)
- в) с момента регистрации в избирательной комиссии:

«отлично» - (от 84% до 100%) выставляется студенту, если он выполнил все задания без 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;

«хорошо» - (от 83% до 64%) выставляется студенту, если он выполнил задания, но допустил незначительные ошибки. Студент продемонстрировал: систематизированные, достаточные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

«удовлетворительно» - (63% до 45%) выставляется студенту, если он при ответе на

вопросы теста допустил множество грубых ошибок, продемонстрировал неполные, недостаточные знания;

«неудовлетворительно» - (менее 45%) выставляется студенту, если он выполнил минимальное количество заданий, показал полное отсутствие знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово: КемГУКИ, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0229-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790>.
2. Михайлов Ю.М. Связи с общественностью по-русски / Ю.М. Михайлов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 306 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-1871-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694>.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Н. Чумиков, М. Бочаров , С. Самойленко - М.: Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>.

Дополнительная литература:

Отсутствует.

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. Библиотека Гумер - Политология. – Электрон.дан. – Режим доступа:http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php
8. Гарант – информационно-правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru.
9. Официальный Интернет-портал правовой информации: Государственная система правовой информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.gov.ru
10. Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru.
11. Библиотека Гумер - Политология. – Электрон.дан. – Режим доступа:http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php
12. Институт социологии РАН. – Электрон.дан. – Режим доступа:<http://www.isras.ru/>
13. Журнал "Полис" "Политические исследования". – Электрон.дан. – Режим доступа:<https://www.politstudies.ru/>
14. Электронные журналы издательства. Журнал "Конфликтология / notabene". – Электрон.дан. – Режим доступа:<https://e-notabene.ru/knt/>

15. Российская ассоциация политической науки.- [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа:<http://www.rapn.ru>
16. Центр политических технологий.- [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа:<http://www.cpt.ru>
17. Агентство социальной информации. - <http://www.asi.org.ru>

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>1.учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: - аудитория № 307 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> <p>- аудитория № 308 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p>	Лекции	<p>Аудитория № 307 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 308 Учебная мебель, доска.</p>
<p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</p> <p>- аудитория № 321 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> <p>- аудитория № 327 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>	Практические занятия	<p>Аудитория № 321 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 327 Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQmx511, инв. номер – 00002101047688 (1 штука), экранScreenMediaEconomy-P, формат 180*180 МВ 1:1 SPW-1102, инв. Номер – 00002101047688 (1 штука).</p>
<p>3.учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</p> <p>- аудитория № 327 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> <p>- Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> <p>- Аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>	Индивидуальные и групповые консультации	<p>Аудитория № 327 Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQmx511, инв. номер – 00002101047688 (1 штука), экранScreenMediaEconomy-P, формат 180*180 МВ 1:1 SPW-1102, инв. Номер – 00002101047688 (1 штука).</p> <p>Аудитория № 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, моноблоки МоноблокLenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB, инв. номер 41013400000704-41013400000718 (15 штук).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензия – бессрочная. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от

		<p>12.11.2014 г. Лицензия – бессрочная.</p> <p>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License</p> <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQMX 660, экран настенный ClassicNorma 244*183. Компьютер в сборе (Системный блок PowerCool/ Core i3-8100(3.6)/ 8 Gb/HDD 1 Тб/DVD-RW/450W/ Win 10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/ LCD Монитор 21,5”) (16 шт.)</p> <p>1. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г</p> <p>2. Windows 10. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г.</p> <p>1. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License</p>
<p>4. помещение для текущего контроля и промежуточной аттестации - Аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p>	<p>Текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQMX 660, экран настенный ClassicNorma 244*183. Компьютер в сборе (Системный блок PowerCool/ Core i3-8100(3.6)/ 8 Gb/HDD 1 Тб/DVD-RW/450W/ Win 10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/ LCD Монитор 21,5”) (16 шт.)</p> <p>1. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г</p> <p>2. Windows 10. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г.</p> <p>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License</p>
<p>5. помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<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>
<p>6. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 305 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Хранение и профилактическое обслуживание учебного оборудования</p>	<p>Аудитория № 305 Учебная мебель, орг. техника</p>

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Технологии связей с общественностью в различных сферах»

2 курс, 3 семестр

очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	18,2
лекций	8
практических/ семинарских	10
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	53,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма контроля:

Зачёт: 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание Дневное отделение	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и доп. литература, рекомендуемая студентам (№ из списка)	Задания для самостоятельной работы студента	Форма контроля СРС (коллоквиум ы, контр. работы, компьют. тесты и т.п.)
		ЛК	П/ СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Тема 1. Объект и предмет дисциплины «Технологии СО в различных сферах»</p> <p>1. Основные направления развития паблик рилейшнз. 2. Основные функции паблик рилейшнз. 3. Объект и предмет изучения дисциплины. 4. Цель ознакомления с основами дисциплины «Технологии связей с общественностью в политике».</p>	2	0		8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	Устный опрос
2.	<p>1. Тема 2. Цели, задачи и функции PR</p> <p>Генеральная цель и подцели PR. 2. Основные задачи PR. 3. Функции PR. 4. Результативность работы службы PR. 5. Направления деятельности PR.</p>	2	2		8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	Устный опрос

3.	<p>Тема 3. PR-технологии: классификация</p> <p>1. Разграничение технологий PR по цветовой гамме и по критерию законности.</p> <p>2. Определение классов PR-технологий по критерию оценки с точки зрения морально-нравственных представлений конкретного общества.</p> <p>3. Эффективность и неэффективность пиар-технологий.</p> <p>4. «Чистые» и «грязные» PR-технологии.</p>	2	0		8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	Устный опрос
4.	<p>Тема 4. Инструментарий PR</p> <p>1. Магия слова: речь как носитель личностного характера.</p> <p>2. Кризисы и слухи. Программа по управлению кризисами Питера Грина.</p> <p>3. Два типа кризисов с точки зрения PR по С. Блэку.</p>	2	2		8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	Устный опрос
5.	<p>Тема 5. Взаимодействие PR-служб со средствами массовой коммуникации</p> <p>1. Масс-медиа, как основной инструмент связи с общественностью: особенности взаимодействия медиа- корпораций и пиар-служб (концепции американских учёных).</p> <p>2. Этапы воздействия массовых коммуникаций на общественную среду.</p> <p>3. Роль медиа-институтов в реализации пиар-технологий: предпочтения масс-медиа при взаимодействии с пиар-средой.</p>	0	2		8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	Устный опрос

6.	<p>Тема 6. Политические перформансы</p> <p>1. Специфика активной деятельности с массовой аудиторией по освещению событий.</p> <p>2. Понятие и теория перформанса, объединяющая в себе различные типы коллективного коммуникативного поведения. Особая роль политических перформансов, как способов манифестации политических идей</p> <p>3. Политический анекдот и политический мем.</p>	0	2		7	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Консп.ОЛ и ДЛ; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет	доклад
7.	<p>Тема 7. Влияние PR-технологий на общественное сознание</p> <p>1. Понятие информационно- психологической войны, как феномена, описывающего определенный тип взаимоотношений между различными государственными и общественными системами.</p> <p>2. Специфика применения пиар- технологиями методов, в наибольшей степени отображающих специфику и свойства массового сознания.</p> <p>3. Особенности воздействия PR на общественное сознание с целью его изменения.</p> <p>4. Трансформационные основы взаимодействия свойств и специфики массового сознания как объекта воздействия, и самих методов воздействия.</p> <p>5. Правовое ограничение реализации нежелательных психотехнологий пиара.</p>	0	2		6,8	1,2,3.	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет.	Контрольная работа, тестирование в системе moodle.
	Итого:	8	10		53,8			

