

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО- КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**

Утверждаю  
Декан СПФ

\_\_\_\_\_ Т.В. Поштарева  
«15» мая 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере  
Квалификация выпускника бакалавр  
Форма обучения очная, заочная  
год начала подготовки – 2025

Разработана  
канд. эконом. наук, доцент,  
доцент кафедры СГД  
\_\_\_\_\_ Г.В. Бондаренко

Согласована  
Заведующая кафедрой СГД  
\_\_\_\_\_ Е.В. Смирнова

Рекомендована  
на заседании кафедры СГД  
от «15» мая 2025 г.  
протокол № 12  
\_\_\_\_\_ Е.В. Смирнова

Одобрена  
на заседании учебно-методической  
комиссии СПФ  
от «15» мая 2025 г.  
протокол № 10  
Председатель УМК  
\_\_\_\_\_ Т.В. Поштарева

Ставрополь 2025 г.

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	7
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	15
8.1. Основная литература	15
8.2. Дополнительная литература	15
8.3. Программное обеспечение	15
8.4. Профессиональные базы данных	15
8.5 Информационные справочные системы	15
8.6 Интернет-ресурсы	15
8.7 Методические указания по освоению дисциплины	16
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	20
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	20
Дополнения и изменения к рабочей программе	

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов компетентности в сфере PR-технологий в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций и навыков использования PR-инструментария в коммерческой и некоммерческой деятельности.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.4.) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Организация работы со средствами массовой информации
	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Преддипломная практика

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	<b>Знает</b> основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации в коммерческой и некоммерческой деятельности <b>Умеет</b> выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей в коммерческой и некоммерческой деятельности <b>Владет</b> навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции в коммерческой и некоммерческой деятельности
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	<b>Знает</b> технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в коммерческой и некоммерческой деятельности <b>Умеет</b> интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций в коммерческой и некоммерческой деятельности <b>Владет</b> навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий в коммерческой и некоммерческой деятельности

ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	<b>Знает</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента в области PR-технологий <b>Умеет</b> распределять работы по созданию и редактированию контента в области PR-технологий <b>Владеет</b> навыками координации работы по созданию и редактированию контента в области PR-технологий
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<b>Знает</b> специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами <b>Умеет</b> работать с большими объемами информации <b>Владеет</b> навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

##### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		7
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>72,4</b>	<b>72,4</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них	-	-
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	50	50
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	50	50
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>143,6</b>	<b>143,6</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	117	117
<b>Подготовка к аттестации</b>	<b>26,6</b>	<b>26,6</b>
<b>Общий объем, час</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

##### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
--------------------	-------------	----------

		7
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>20,5</b>	<b>20,5</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	6	6
из них	-	-
- лекции	6	6
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	14	14
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>195,5</b>	<b>195,5</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	187	187
<b>Подготовка к аттестации</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>
<b>Общий объем, час</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	PR: сущность и содержание	Основные понятия и определения PR. Способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, имеющих данную ситуацию на рынке коммуникационной продукции. Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. Организация pr-деятельности в компании. Создание PR-подразделения. Работа с профессиональным PR-агентством.
2.	Основы деятельности PR-специалиста в коммерческой деятельности	Целевая аудитория коммерческой организации. PR-обращение. Факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию. PR в интернет. Организация и проведение PR-мероприятий для КО. Подготовка pr-материалов для журналистов. Планирование и организация PR-кампании. PR в кризисных ситуациях. Фирменный стиль компании.
3.	Имидж и бренд как компоненты коммерческого успеха фирмы	Понятие имиджа. Функции PR-имиджа. Брендинг. Оценка бренда. Понятие и функции внутрикорпоративного PR. Инструменты внутрикорпоративного PR. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Разработка концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий.
4.	Основы деятельности PR-специалиста НКО	Зачем НКО нужен PR. Виды PR. Целевая аудитория. Каналы работы для PR. Объекты для продвижения. Модели для позиционирования. Какой у вас месседж. Этапы работы PR-

		специалиста. Работа с сайтом. Что включает в себя SMM (работа с социальными сетями). Методы решения задач по созданию и редактированию контента. Координация работ по созданию и редактированию контента. Что должен делать PR-специалист в НКО. Простые PR-инструменты «на каждый день». Принципы PR для НКО.
5.	Подготовка и проведение PR-кампании НКО	Нужен ли бюджет на рекламу НКО. Разработка PR-стратегии. Оценка значимости и приоритетности получаемой информации в коммерческой и некоммерческой деятельности. Какие бывают PR-кампании. Этапы PR-кампании. KPI для PR-специалиста в НКО. Использование креатива. Календарное планирование. Создание баз партнеров и карты СМИ. Составление сметы. Как выбрать потенциального спонсора. Оценка эффективности PR-кампании. Плохая подача образа НКО. Яркие и вызывающие PR-акции. Формы отчетов об акции или ивенте. Как правильно работать со СМИ.
6.	Мероприятия для НКО	Виды мероприятий для НКО. Концепция мероприятия. Бюджет мероприятия. Формула безубыточности. Как выбрать время для мероприятия. Где взять деньги на мероприятие. Пути увеличения ваших доходов. Пути оптимизации расходов. Классификация спонсоров мероприятия. Конкретные шаги по подготовке работы со спонсорами. Порядок работы с денежными спонсорами. Порядок работы с информационными спонсорами. 10 советов по работе с партнерами и спонсорами. Продвижение мероприятия. Порядок работы с VIP-гостями. Как сделать хорошее мероприятие. Как быстро собрать аудиторию. Работа после мероприятия. Критерии эффективности мероприятия. Юридические особенности event-индустрии.

## 5.2. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	PR: сущность и содержание	30	2	-	8	-	20
2.	Основы деятельности PR-специалиста в коммерческой деятельности	32	4	-	8	-	20
3.	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	32	4	-	8	-	20
4.	Основы деятельности PR-специалиста НКО	32	4	-	8	-	20
5.	Подготовка и проведение PR-кампании НКО	32	4	-	8	-	20
6.	Мероприятия для НКО	29	2	-	10	-	17
	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,5					
	Подготовка к аттестации	26,5					
	Групповые консультации	2					
Общий объем		<b>216</b>	<b>20</b>	-	<b>50</b>	-	<b>117</b>

### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	PR: сущность и содержание	33	-	-	2	-	31
2.	Основы деятельности PR-специалиста в коммерческой деятельности	35	2	-	2	-	31
3.	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	33	-	-	2	-	31
4.	Основы деятельности PR-специалиста НКО	35	2	-	2	-	31
5.	Подготовка и проведение PR-кампании НКО	33	-	-	2	-	31
6.	Мероприятия для НКО	38	2	-	4	-	32

	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,5					
	Подготовка к аттестации	8,5					
Общий объем		<b>216</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>187</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

#### Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Темы и примерные вопросы для обсуждения	Количество часов
1.	1.	ПР	PR: сущность и содержание	8
2.	2.	ПР	Основы деятельности PR-специалиста в коммерческой деятельности	8
3.	3.	ПР	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	8
4.	4.	ПР	Основы деятельности PR-специалиста НКО	8
5.	5.	ПР	Подготовка и проведение PR-кампании НКО	8
6.	6.	ПР	Мероприятия для НКО	10
Общий объем				50

#### Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Темы и примерные вопросы для обсуждения	Количество часов
1.	1.	ПР	PR: сущность и содержание	2
2.	2.	ПР	Основы деятельности PR-специалиста в коммерческой деятельности	2
3.	3.	ПР	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	2
4.	4.	ПР	Основы деятельности PR-специалиста НКО	2
5.	5.	ПР	Подготовка и проведение PR-кампании НКО	2
6.	6.	ПР	Мероприятия для НКО	4
Общий объем				14

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *не предусмотрен*

### 5.5. Самостоятельная работа

#### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1-6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	117
1-6	Подготовка к аттестации	26,5

#### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1-6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	187
1-6	Подготовка к аттестации	8,5

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

**Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

### Интерактивные и активные образовательные технологии

#### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (Л, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
3.	ПР	Практическое задание	2
4.	ПР	Практическое задание	2

#### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (Л, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
3.	ПР	Практическое задание	2
4.	ПР	Практическое задание	2

### Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
2	ПР	Написать пресс-релиз проведенного организацией мероприятия (тема - на выбор обучающегося, например, десятилетие деятельности ООО, участие руководителя компании в региональном семинаре и т.п.)	2	2
6	ПР	Разработать сценарий специального мероприятия для НКО (тема - на выбор обучающегося, например, фестиваль, благотворительный концерт и т.п.)	2	2

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Оценочные средства, критерии и шкала оценки Типовые задания для текущего контроля успеваемости

#### 7.1 Перечень типовых практических заданий

##### Задание 1.

Разработайте структуру собственного PR-подразделения в коммерческой фирме. Опишите: предлагаемые услуги; отделы вашего PR-подразделения; специалистов, работающих в PR-подразделении; выполняемые специалистами функции.

##### Задание 2.

Разработайте бланк анкеты с целью выявления: а) потребности населения в каком-либо товаре/услуге; б) специфических признаков целевой аудитории конкретной марки товара/услуги.

##### Задание 3.

В рамках интегрирования средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, составьте приглашение и программу презентации, проводимую руководством вашей коммерческой фирмы по поводу выпуска нового продукта/ услуги.

##### Задание 4.

Соотнесите мероприятия PR и их применение в зависимости от сферы деятельности. Составьте сравнительную таблицу.

##### Задание 5.

Сформулируйте главный посыл вашего НКО. Проведите оценку значимости и приоритетности получаемой информации. Опишите свою целевую аудиторию. Составьте план PR-мероприятия вашего НКО.

**Задание 6.**

Разработайте и опишите инструменты внутрикорпоративного PR для коммерческой и некоммерческой организации. Приведите примеры использования внутрикорпоративной символики и слоганов.

**Задание 7.**

Опишите факторы потребительского спроса на коммуникационную продукцию и характеристики целевой аудитории потребителей в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Составьте сравнительную таблицу.

**Задание 8.**

Проанализируйте специфику разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий в ходе применения PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Подберите примеры из практики PR-деятельности.

**Задание 9.**

Проанализируйте специфику координации работы по созданию и редактированию контента в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Подберите примеры из практики PR-деятельности.

**Задание 10. «Визитка»**

Разработать макет визитки для вашей компании: персональная или корпоративная, (на выбор). Необходимо использовать логотип, фирменные шрифты и цвета, паттерн (по желанию) и другие элементы.

Можно использовать интересную подачу, форму, идею.

Информацию отбираете самостоятельно.

**Задание 11. «Ребрендинг»**

1 часть. Сделайте одно или несколько заданий. Варианты ребрендинга могут быть представлены в вербальной форме, в виде эскиза или оформленной работы.

1. Придумайте ребрендинг для СКСИ.

Сделайте эскиз или опишите, те изменения, которые по вашему мнению следует внести в фирменный стиль и в целом в бренд.

2. Вам представлен ряд логотипов (НТВ, BMW, ГАЗ, ВАЗ, Сбер, УАЗ и др.). Какие изменения вы бы внесли? Напишите или сделайте эскиз.

3. Сделайте ребрендинг для выбранной вами компании.

2 часть. «Анализ фирменного стиля и бренда компании».

Основываясь на полученных данных, подумайте, как можно модифицировать уже имеющийся фирменный стиль выбранной вами компании. Изменения могут быть глобальные или незначительные, при этом важно сохранить узнаваемость бренда. Также важно, чтобы изменения коррелировали с целями, ценностями, философией бренда.

Сформулируйте предложения в вербальной и визуальной форме.

Дополните задание.

**Задание 12.**

Разработать проект мероприятия для некоммерческой организации (организация определяется студентом). Проект предусматривает: тему, её актуальность, цель, задачи, сценарий мероприятия, план проведения с указанием этапов и сроков их исполнения, расчет сметы расходов, форму отчетности, публичную презентацию проекта перед заказчиком (текст выступления перед заказчиком, наглядную демонстрацию проекта).

Проект предоставляется в печатном виде, презентация на электронном носителе (DVD или CD диске).

**Задание 13.**

Разработать макет листовки для некоммерческой организации (выбор организации определяется студентом). Макет изготавливается в натуральную величину, в цвете.

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал

	изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

## 7.2 Перечень типовых тестовых заданий

### Тест № 1

1. Цель ПР – кампании для позиционирования продукта и компаний?
  - а) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
  - б) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
  - в) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности
2. Беседа в форме вопросов-ответов, между человеком, владеющим информацией, и журналистом?
  - а) анкетирование
  - б) интервью
  - в) репортаж
  - г) опрос
3. Какая классификация не имеет отношения к аукционам?
  - а) внутренние и международные
  - б) открытые и закрытые
  - в) простые и косвенные
4. Где впервые возникли ярмарки?
  - а) в Китае
  - б) Древней Индии
  - в) Средневековой Европе
5. Как называется аукцион, на котором ведущие торги аукционисты называют очередную цену, а покупатели поднятием номеров выражают свое согласие с ней?
  - а) открытый аукцион
  - б) расширенный аукцион
  - в) свободный аукцион
6. Один из способов приватизации государственных и муниципальных предприятий?
  - а) внутренний аукцион
  - б) открытый аукцион
  - в) валютный аукцион
7. В каком году была организована первая промышленная выставка в России?
  - а) в 1829
  - б) в 1831
  - в) в 1827
8. Что не относится к основным направлениям спонсирования?
  - а) экология
  - б) политика
  - в) наука
9. Публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека – это...
  - а) ярмарка
  - б) выставка
  - в) аукцион
10. В результате благотворительной деятельности предпринимателей в России появились...
  - а) Московский художественный театр
  - б) Эрмитаж
  - в) Третьяковская галерея

г) усадьба Абрамцево

**Тест № 2**

**Задание № 1** Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных.

**Инструкция по выполнению задания:** Прочитайте текст, выберите правильный ответ

**Текст задания:**

Маркетинговые коммуникации – это комплексная система внешних и внутренних коммуникаций по передаче информации:

- 1) жестикуляцией, пластикой движения рук, мимикой лица;
- 2) изготовителя готовой продукции потребителю в целях удовлетворения запросов общества и получения прибыли;
- 3) в речевой форме, которая характеризуется тембром голоса, громкостью, интонацией и в целом культурой речи;
- 4) для координации плано-управленческих решений и их реализации, корректировки и профилактики конфликтов

**Поле для ответа**

\_\_\_\_\_

**Задание № 2** Задание закрытого типа на установление последовательности

**Инструкция по выполнению задания:** Прочитайте текст и установите последовательность

**Текст задания:**

Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга:

- 1) оценка прогноза результативности коммуникаций;
- 2) обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций;
- 3) ранжирование целей;
- 4) механизм контроля и корректировки плано-управленческих решений;
- 5) выбор стратегии.

**Поле для ответа**

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--	--

**Задание № 3** Задание закрытого типа на установление соответствия

**Инструкция по выполнению задания:** Прочитайте текст и установите соответствие

**Текст задания:**

Установите соответствие между инструментами маркетинговых коммуникаций и их целевыми ориентирами.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Целевые установки маркетинговых коммуникаций		Инструменты маркетинговых коммуникаций	
А	Демонстрация, показ и представление с последующей реализацией новых видов продукции, товаров, подготовка новейшей информации и создание условий для установления деловых контактов с потенциальными покупателями.	1	Выставка-продажа
Б	Оптовая продажа товаров, заключение прямых договоров или контрактов между продавцами и покупателями	2	Стимулирование сбыта
В	Единовременные побудительные меры по привлечению внимания покупателей к товару (услуге) и его убеждению совершить покупку в установленный срок.	3	Ярмарка

**Поле для ответа**

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

**Задание № 4** Задание закрытого типа на установление соответствия

**Инструкция по выполнению задания:** Прочитайте текст и установите соответствие

**Текст задания:**

Соотнесите мероприятия PR и их применение.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Описание мероприятия		Мероприятие	
А	Встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий	1	круглый стол

	сезон		
Б	Очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях	2	брифинг
В	Встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях	3	пресс-конференции

**Поле для ответа**

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

**Критерии и шкала оценки тестовых заданий**

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

**7.3 Перечень типовых вопросов к устному опросу**

1. Приведите понятие общественности в сфере PR.
2. Перечислите основные понятия и определения PR.
3. Охарактеризуйте этапы работы PR-специалиста в процессе позиционирования продукта и компаний.
4. Опишите понятие PR в системе маркетинга.
5. Перечислите основные каналы работы для PR и объекты для продвижения.
6. Какова структура создания PR-подразделения?
7. Перечислите инструменты внутрикорпоративного PR.
8. Опишите процесс подготовки PR-материалов для наглядного представления информации журналистам.
9. В чем заключается сущность PR-обращения?
10. Опишите технологию планирования и организации PR-кампании для коммерческой организации.
11. Приведите понятие целевой аудитории НКО.
12. В чем состоят принципы PR для НКО?
13. Какова организация моделей для позиционирования в PR?
14. Перечислите принципы PR в кризисных ситуациях.
15. Каковы критерии разработки PR-стратегии при создании и редактировании контента?
16. Опишите юридические особенности event-индустрии.
17. Охарактеризуйте особенности брэндинга и оценки брэнда.
18. Перечислите функции внутрикорпоративного PR.
19. Опишите виды мероприятий для НКО.
20. В чем состоит процедура оценки значимости и приоритетности информации, и эффективности бюджета мероприятия для НКО?

**Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе**

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.

Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

### Типовые задания для промежуточной аттестации **Перечень практических заданий**

#### **Задание 1.**

Опишите свойства PR-подразделения коммерческой организации и разработайте ее примерную структуру. Перечислите отделы PR-подразделения, перечень оказываемых услуг, основных специалистов, работающих в подразделении, выполняемые ими функции.

#### **Задание 2.**

Разработайте примерную анкету для фокус-группы с целью выявления: а) потребностей в определенном товаре/услуге конкретной марки; б) специфических признаков целевой аудитории конкретной марки товара/услуги; в) характеристик УТП товара/услуги.

#### **Задание 3.**

Составьте примерный план рекламной кампании с элементами интегрирования средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, приглашение и программу презентации вашей в рамках выпуска нового продукта/ услуги коммерческой организации.

#### **Задание 4.**

Проведите оценку значимости и приоритетности получаемой информации. Соотнесите мероприятия PR и их применение в зависимости от сферы деятельности. Составьте сравнительную таблицу.

#### **Задание 5.**

Разработайте и опишите инструменты внутрикорпоративного PR для коммерческой и некоммерческой организации. Приведите примеры использования внутрикорпоративной символики и слоганов.

#### **Задание 6.**

Опишите факторы потребительского спроса на коммуникационную продукцию и характеристики целевой аудитории потребителей в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Составьте сравнительную таблицу.

#### **Задание 7.**

Проанализируйте специфику разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий в ходе применения PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Подберите примеры из практики PR-деятельности.

#### **Задание 8.**

Охарактеризуйте особенности координации работы по созданию и редактированию контента в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности. Приведите примеры из практики работы рекламных и PR-агентств.

### **Контрольные вопросы для устного ответа на экзамене**

1. Основные понятия и определения PR.
2. Общественность в сфере PR.
3. PR в системе маркетинга.
4. Организация PR-деятельности в компании.
5. Создание PR-подразделения.
6. Работа с профессиональным PR-агентством.
7. Целевая аудитория коммерческой организации.
8. PR-обращение.
9. Позиционирование продукта и компаний в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности.
10. PR в сети Интернет: работа с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
11. Подготовка PR-материалов для журналистов.
12. Планирование и организация PR-кампании для коммерческой организации.
13. PR в кризисных ситуациях.

14. Требования различных каналов коммуникации в ходе применения PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности.
15. Фирменный стиль компании для наглядного представления информации.
16. Понятие имиджа. Функции PR-имиджа.
17. Брэнддинг. Оценка брэнда.
18. Понятие и функции внутрикорпоративного PR.
19. Инструменты внутрикорпоративного PR.
20. Целевая аудитория НКО.
21. Каналы работы для PR. Объекты для продвижения.
22. Модели для позиционирования.
23. Этапы работы PR-специалиста при создании и редактировании контента.
24. Оценка конкурентоспособности продуктов и конкурентов в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности.
25. Работа с сайтом (работа с социальными сетями).
26. PR-специалист в НКО.
27. Принципы PR для НКО.
28. Разработка PR-стратегии.
29. KPI для PR-специалиста в НКО.
30. Создание баз партнеров и карты СМИ.
31. Оценка эффективности PR-кампании.
32. Виды мероприятий для НКО.
33. Осуществление взаимодействий с социальными группами, организациями и персонами (лицами) в ходе использования PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности.
34. Распространение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации в процессе осуществления PR-технологий в коммерческой и некоммерческой деятельности.
35. Концепция мероприятия.
36. Бюджет мероприятия. Классификация спонсоров мероприятия.
37. Юридические особенности event-индустрии.

#### Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
<b>Отлично</b>	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
<b>Хорошо</b>	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
<b>Удовлетворительно</b>	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программный материал в основном излагается, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения;

	отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.
<b>Неудовлетворительно</b>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Основная литература

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565068>
2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>
3. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний [Электронный ресурс] / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — 978-5-394-01653-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

### 8.2. Дополнительная литература

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555988>
2. Технологии управления общественным мнением : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова, О. В. Милаева [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2019. — 240 с. — ISBN 978-5-9729-0306-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86654.html>



### 8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows  
Microsoft Office Professional Plus 2019  
Консультант-Плюс  
Антивирус  
Google Chrome  
Яндекс.Браузер  
PDF24 Creator

### 8.4. Профессиональные базы данных

База данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) - <https://fom.ru/>  
Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru>  
Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>  
Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <https://www.wciom.ru>

### 8.5. Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>  
*Поисковые системы*  
Поисковая система Google - <https://www.google.ru>  
Поисковая система Yandex - <https://www.yandex.ru>  
Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

### 8.6. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>  
Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>  
Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>  
Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>  
Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

### **8.7. Методические указания по освоению дисциплины**

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

#### *Методические указания для подготовки к лекции*

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

*План-конспект* – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

*Текстуальный конспект* – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

*Свободный конспект* – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

*Тематический конспект* – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

#### *Методические указания по подготовке к практическим занятиям*

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкуче с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

#### *Методические указания по выполнению практических заданий*

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

#### *Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося*

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием

преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

*Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников*

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

*Методические указания по подготовке к тестированию*

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

#### *Методические указания по подготовке к устному опросу*

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что предопределяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

#### *Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно поэтапное освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки студенты также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:*

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
  - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
  - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
  - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
  - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
  - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
  - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.