

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО- КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ

_____ Т. В. Поштарева

«12» января 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы рекламы и PR»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная,очно-заочная, заочная

год начала подготовки – 2026

Разработана
д-р ист. наук, доцент,
профессор кафедры СГД
_____ Н. В. Овсянникова

Согласована
зав. выпускающей кафедры
СГД
_____ Е. В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «12» января 2026 г.
протокол № 8
Зав. кафедрой _____ Е. В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «12» января 2026 г.
протокол № 5
Председатель УМК
_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2026 г.

Содержание

	Стр.
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)	8
5.5. Самостоятельная работа	8
6. Образовательные технологии	9
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
8.1. Основная литература	16
8.2. Дополнительная литература	16
8.3. Программное обеспечение	16
8.4. Профессиональные базы данных	16
8.5. Информационные справочные системы	16
8.6. Интернет-ресурсы	16
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	17
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	23
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	23

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы рекламы и PR» является формирование компетенций в области содержания основ современных рекламной и PR-деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы рекламы и PR» является относится к базовой части обязательные дисциплины Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.16) ОПОП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
-	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг
	Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью
	Учебная (профессионально-ознакомительная) практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации в области рекламы и PR Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач в области рекламы и PR
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления своим временем для достижения поставленных целей	Знает инструменты и методы управления своим временем в области рекламы и PR Умеет выбирать наиболее эффективные способы управления временем в области рекламы и PR
	УК-6.2. Определяет задачи и траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, предпринимает меры по её реализации	Знает основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования в области рекламы и PR Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время в области рекламы и PR
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности	Знает тенденции развития общественных и государственных институтов в рамках рекламной и PR-деятельности Умеет определять тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в рамках рекламной и PR-деятельности Владеет навыками учета тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в рамках рекламной и PR-деятельности

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения

	Всего часов	триместры	
		1	
Контактная работа (всего)	33, 6	33, 6	
в том числе:			
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10	
из них			
– лекции	10	10	
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20	
из них			
– семинары (С)			
– практические занятия (ПР)		20	
– лабораторные работы (ЛР)			
3) групповые консультации	2	2	
4) индивидуальная работа	1	1	
5) промежуточная аттестация	0,6	0,6	
Самостоятельная работа (всего) (СР)	110,4	110,4	
в том числе:			
Курсовой проект (работа)	+	+	
Расчетно-графические работы	-	-	
Контрольная работа	-	-	
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.)	84	84	
Подготовка к аттестации	26,4	26,4	
Общий объем, час	144	144	
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен	

Очно-заочная форма обучения

	Всего часов	триместры	
		1	
Контактная работа (всего)	33, 6	33, 6	
в том числе:			
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10	
из них			
– лекции	10	10	
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20	
из них			
– семинары (С)			
– практические занятия (ПР)		20	
– лабораторные работы (ЛР)			
3) групповые консультации	2	2	
4) индивидуальная работа	1	1	
5) промежуточная аттестация	0,6	0,6	
Самостоятельная работа (всего) (СР)	110,4	110,4	
в том числе:			
Курсовой проект (работа)	+	+	
Расчетно-графические работы	-	-	
Контрольная работа	-	-	
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.)	84	84	
Подготовка к аттестации	26,4	26,4	

Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	триместры
		1
Контактная работа (всего)	11, 6	11, 6
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
– лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них		
– семинары (С)		
– практические занятия (ПР)	6	6
– лабораторные работы (ЛР)		
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,6	0,6
Самостоятельная работа (всего) (СР)	132,4	132,4
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	+	+
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
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.)	124	124
Подготовка к аттестации	8, 4	8, 4
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	Коммуникации в современном обществе. Эволюция коммуникационных технологий. Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации в области рекламы и PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. История развитие паблик рилейшнз как практики (сфера деятельности), области знаний (науки). Краткий экскурс в историю становления рекламы как профессионального вида деятельности за рубежом и в России. Службы, агентства, предприятия и учреждения рекламы и PR ставропольского края и их деятельность. Тенденции развития общественных и государственных институтов и их разностороннее освещение в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах в рамках рекламной и PR-деятельности. Процедуры поиска, критического анализа и синтеза информации; обобщения результатов анализа для решения поставленных задач.
2.	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных	Система образования в Российской Федерации. Уровни профессионального образования. Факторы, влияющие на подготовку специалиста в высшей школе, принципы профессионального образования. Инструменты и методы управления своим временем осуществления рекламной и PR-деятельности.

	условиях	Эффективное использование своего времени для достижения поставленных целей. Многоуровневая подготовка специалиста по рекламе в системе непрерывного образования. ФГОС. Государственный образовательный стандарт по подготовке специалиста по рекламе и СО. Библиотека специалиста по рекламе. Поиск, анализ и обработка информации. Особенности подготовки специалистов по рекламе и СО в России и вузах Ставропольского края.
3.	Методология содержание современных рекламы и PR	Основные профессиональные термины и понятия. Смысль понятий «общественность» и «связи». Принципы деятельности по связям с общественностью. Цели отношений с общественностью, в т.ч. в современных условиях. Направления деятельности, Сфера профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. ПР-деятельность в регулировании социально-экономических отношений. Роль PR в современной общественной практике. Взаимоотношения PR, рекламы и пропаганды. Роль PR в формировании культуры бизнеса. Имидж, репутация, пабликити в системе общественных связей.
4.	Специалист по рекламе и PR как профессионал личность	Профессионализм и его составляющие. Этапы достижения профессионализма. Профессионально важные качества специалиста по рекламе и PR: общие, особенные, индивидуальные. Функции специалиста по рекламе и PR. Действия специалиста по рекламе и PR, классификация услуг. Профессиограмма специалиста. Универсальные качества специалиста. Методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. Навыки управления собственным временем. Потребитель и специалист как участники коммуникационного процесса. Профессиональные требования к специалисту, Особенности работы PR-специалистов со СМИ. Движение по карьерной лестнице, стратегия роста и реализация личностного потенциала в PR. Секреты профессии и как стать успешным в PR. Принцип Питера — Принцип Дилберта. Как определить уровень некомпетентности и выбрать правильное направление движения. Перевод в административный корпус: плюсы и минусы карьерного роста. Профессиональные риски в рекламе и PR.
5.	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	Понятие о профессиональной этике. Особенности поведения и взаимодействия специалиста по рекламе: главное и неглавное. Понятие о ценностных ориентациях в профессии. Корпоративная этика и её формирование. Кодекс чести в профессии. Профессионально-этический кодекс рекламиста и его основные задачи. Международный кодекс рекламной практики. Опыт и практика взаимодействия специалиста по рекламе в системе профессиональных отношений. Духовно-нравственный портрет рекламиста/PRмена: имена, карьера и судьбы. Роль художественного образа в формировании профессионально-нравственных качеств рекламиста.
6.	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	Правовое регулирование рекламы и PR. Структура, предназначение, основные положения Федерального закона РФ «О рекламе», др. Международный кодекс рекламной практики международной торговой палаты. Авторское право в рекламе. Налог на рекламу. Саморегулирование в рекламе. Стандарты, сертификация и лицензирование.

5.2. Структура дисциплины

ОФО

№	Раздел дисциплины и тема	Всего	Количество часов				
			ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	17	1		4		12
2.	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях	15	1		2		12
3.	Методология и содержание современных рекламы и PR	16	2		2		12

4.	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	18	2	4		12
5.	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	18	2	4		12
6.	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	18	2	4		12
7.	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,6				
8.	Подготовка к аттестации	26,4				
9.	Групповые консультации	2				
10.	Индивидуальная работа	1				
11.	<i>Общий объем</i>	144	10	20		84

ОЗФО

№	Раздел дисциплины и тема	Количество часов				
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР
1.	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	17	1		4	
2.	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях	15	1		2	
3.	Методология и содержание современных рекламы и PR	16	2		2	
4.	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	18	2		4	
5.	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	18	2		4	
6.	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	18	2		4	
7.	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,6				
8.	Подготовка к аттестации	26,4				
9.	Групповые консультации	2				
10.	Индивидуальная работа	1				
11.	<i>Общий объем</i>	144	10		20	
						84

ЗФО

№	Раздел дисциплины и тема	Количество часов				
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР
1.	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	22	2		2	
2.	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях	18				
3.	Методология и содержание современных рекламы и PR	22	2		2	
4.	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	20			2	
5.	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	26				
6.	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	26				
7.	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,6				
8.	Подготовка к аттестации	8,4				
9.	Индивидуальная работа	1				
10.	<i>Общий объем</i>	144	4		6	
						124

5.3. Занятия семинарского типа

ОФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	4
2.	2.	ПР	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях	2
3.	3.	ПР	Методология и содержание современных рекламы и PR	2
4.	4.	ПР	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	4
5.	5.	ПР	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	4
6.	6.	ПР	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	4
			<i>Общий объем</i>	20

ОЗФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	4

2.	2.	ПР	Подготовка профессиональных работников рекламы в современных условиях	2
3.	3.	ПР	Методология и содержание современных рекламы и PR	2
4.	4.	ПР	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	4
5.	5.	ПР	Представление об этике специалиста по рекламе и PR	4
6.	6.	ПР	Организационно-правовая база рекламной и PR деятельности	4
			Общий объем	20

ЗФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Реклама и PR как виды профессиональной деятельности: введение в историю развития	2
3.	3.	ПР	Методология и содержание современных рекламы и PR	2
2.	4.	ПР	Специалист по рекламе и PR как профессионал и личность	2
			Общий объем	6

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

Типовые темы для написания курсовой работы (курсового проекта)

1. Анализ опыта и современного развития рекламы и связей с общественностью в социально-экономической и политической сферах общества.
2. Избирательные технологии: место и роль рекламы и связей с общественностью.
3. История, генезис и развитие рекламы и связей с общественностью в России.
4. Интерактивные возможности рекламы и PR в СМИ.
5. Использование директ-маркетинга в целях рекламы и связей с общественностью.
6. Опыт работы отделов по рекламе и связям с общественностью в современной России.
7. Организация и проведение специальных событий как формы эффективной коммуникации.
8. Особенности взаимодействия со СМИ в аграрной отрасли.
9. Основные направления деятельности менеджера по рекламе и связям с общественностью в организации.
10. Особенности создания внутрифирменных коммуникаций на предприятиях и в организациях.
11. Использование основных технологий связей с общественностью в организационном консультировании.
12. Особенности создания и реализации рекламного или PR-проекта (на конкретном примере).
13. Особенности формирования региональной политики в сфере рекламы и PR.
14. Проблемы современной кадровой политики в области рекламы и связей с общественностью.
15. Продвижение товаров и услуг методами рекламы и PR.
16. Процесс принятия решения в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью.
17. Использование рекламы и связей с общественностью в развитие системы (на выбор - образования / туризма / шоу бизнеса).
18. Особенности взаимодействия со СМИ менеджера по рекламе и связям с общественностью.
19. Роль рекламы и связей с общественностью в вопросах формирования патриотизма и гражданской позиции у молодежи.
20. Роль службы рекламы и связей с общественностью в развитии и укреплении репутации компании.
21. Создание корпоративного имиджа.
22. Управление кризисными ситуациями с помощью PR.
23. Формирование и управление общественным мнением с помощью рекламы и связей с общественностью.
24. Опыт создания отдела по рекламе и связям с общественностью в организации.
25. Формирование корпоративной культуры средствами рекламы и PR.
26. Функции консалтинга в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
27. Экологические проблемы и пути их решения методами рекламы и связей с общественностью.
28. Ярмарки и выставки как средства коммуникации.
29. Зарубежный опыт рекламы и связей с общественностью на современном этапе (на материалах оригинальных источников, иностранной печати, данных интернета и пр.)
30. Роль рекламы и связей с общественностью в развитии социальной активности личности.
31. Актуальные проблемы научно-методического управления коммуникативными социальными процессами: методы поиска и критического анализа информации в области рекламы и PR.
32. Спонсоринг как технология рекламы и связей с общественностью (на примере деятельности конкретных организаций и учреждений).

5.5. Самостоятельная работа

№	Виды самостоятельной работы	Количество	Количество	Количество
---	-----------------------------	------------	------------	------------

раздела (темы)		часов ОФО	часов ОФО	часов ЗФО
1-6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	84	84	124
1-6	Подготовка к аттестации	26,4	26,4	8,4

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

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
3.	ПР	Практические задания	2	2
4.	ПР	Практические задания	4	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов
-	-	-	-

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Типовые тестовые задания

1. Какой этап становления рынка услуг по связям с общественностью характеризуется применением в российской практике западных ПР-технологий?

- 1988-1991
- 1991-1995
- 1995-2000

2. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- листовка
- плакат
- буклет
- проспект

3. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

- сейлз-промоушн
- паблик-рилейшнз
- директ-маркетинг
- таргетинг

4. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

- радио-объявление
- радиоролик
- телеролик

г) телерепортаж

5. Зная инструменты и методы управления своим временем, выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) реклама и пропаганда
- б) товарная реклама и фирменный стиль
- в) реклама и фирменный стиль
- г) пропаганда и рекламный слоган

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

Типовые практические задания

Практическое задание 1.

Вы проводите интервью с женской целевой аудиторией в торговом комплексе. В ходе беседы женщинам предлагается опробовать шампунь и дать ему свою оценку. Прощаясь, вы вручаете каждой из участниц бесплатную упаковку шампуня в качестве благодарности за участие.

Вы не предупреждаете женщин о том, что спустя неделю перезоните с целью узнать мнение о врученном им товаре. Объясните, насколько этична эта ситуация? Предложите способы выхода из нее.

Практическое задание 2.

Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США. Назовите по две торговые марки, ставшие культурными символами следующих стран:

- Япония;
- Россия;
- Италия;
- Германия;
- Франция.

Аргументируйте свой ответ.

Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставиться, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полню 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 отвечают установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставиться, 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 отвечают установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> 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 отвечают установленным требованиям.
Неудовлетвор	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В

иально	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.
---------------	---

Типовые темы презентаций

1. Взаимодействие системы интегрированных коммуникаций как важное условие результативности рекламы и связей с общественностью.
2. Избирательные технологии: место и роль рекламы и связей с общественностью.
3. История, генезис и развитие рекламы и связей с общественностью в России.
4. Интерактивные возможности рекламы и PR в СМИ.
5. Использование технологий рекламы и PR в процессе создания паблисити / имиджа / репутации.
6. Организация и проведение специальных событий как формы эффективной коммуникации.
7. Основные направления деятельности менеджера по рекламе и связям с общественностью в организации.
8. Основные направления информационно-коммуникативной политики в России: исторический анализ и тенденции развития.
9. Особенности создания внутрифирменных коммуникаций на предприятиях и в организациях.
10. Особенности формирования нравственного и социально-ответственного поведения молодежи средствами рекламы и PR.
11. Особенности формирования региональной политики в сфере рекламы и PR.
12. Продвижение товаров и услуг методами рекламы и PR.
13. Роль рекламы и связей с общественностью в вопросах формирования патриотизма и гражданской позиции у молодежи.
14. Создание корпоративного имиджа.
15. Спонсоринг как технология рекламы и связей с общественностью (на примере деятельности конкретных организаций и учреждений).
16. Управление кризисными ситуациями с помощью PR.
17. Формирование и управление общественным мнением с помощью рекламы и связей с общественностью.
18. Функции и задачи специалиста по рекламе и связям с общественностью на предприятии.
19. Функции консалтинга в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
20. Ярмарки и выставки как средства коммуникации.

Критерии и шкала оценки исполнения презентации

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставиться, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять творческое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент 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 студента в работу. Оформление работы в целом отвечают установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставиться, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить творческое задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. 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. Оценка «хорошо» выставляется магистрам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточное обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечают установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется

	недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечают установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении творческого задания. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечают установленным требованиям.

Типовые вопросы к устному опросу

1. Эволюция коммуникационных технологий. Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса
3. Службы, агентства, предприятия и учреждения рекламы и PR.
4. Государственный образовательный стандарт по подготовке специалиста по рекламе и СО.
5. Особенности подготовки специалистов по рекламе и СО в России и вузах Ставропольского края.
6. Основные профессиональные термины и понятия.
7. Смысл понятий «общественность» и «связи».
8. Принципы деятельности по связям с общественностью. Инструменты и методы управления своим временем.
9. Цели отношений с общественностью, в т.ч. в современных условиях. Тенденции развития общественных и государственных институтов в рамках рекламной и PR-деятельности.
10. Направления деятельности. Сфера профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR.
11. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
12. PR-деятельность в регулировании социально-экономических отношений. Роль PR в современной общественной практике. Взаимоотношения PR, рекламы и пропаганды. Роль PR в формировании культуры бизнеса. Имидж, репутация, пабликисити в системе общественных связей.
13. Профессионализм и его составляющие. Этапы достижения профессионализма. Профессионально важные качества специалиста по рекламе и PR: общие, особенные, индивидуальные. Функции специалиста по рекламе и PR. Действия специалиста по рекламе и PR, классификация услуг.
14. Профессионаограмма специалиста. Универсальные качества специалиста. Основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.
15. Потребитель и специалист как участники коммуникационного процесса.
16. Профессиональные требования к специалисту,
17. Особенности работы PR-специалистов со СМИ.
18. Профессиональные риски в рекламе и PR.
19. Понятие о профессиональной этике. Особенности поведения и взаимодействия специалиста по рекламе: главное и неглавное. Понятие о ценностных ориентациях в профессии. Корпоративная этика и её формирование. Кодекс чести в профессии. Профессионально-этический кодекс рекламиста и его основные задачи. Международный кодекс рекламной практики. Опыт и практика взаимодействия специалиста по рекламе в системе профессиональных отношений.
20. Духовно-нравственный портрет рекламиста/PRмена: имена, карьера и судьбы.
21. Роль художественного образа в формировании профессионально-нравственных качеств рекламиста.
22. Правовое регулирование рекламы и PR. Структура, предназначение, основные положения Федерального закона РФ «О рекламе», др.
23. Международный кодекс рекламной практики международной торговой палаты.
24. Авторское право в рекламе.
25. Саморегулирование в рекламе.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	<i>Отлично</i> ставиться, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической

	последовательности, литературным языком, с использование современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставиться, 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 <i>удовлетворительном</i> 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; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает 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 типовых тем для написания курсовой работы (курсового проекта)

1. Анализ опыта и современного развития рекламы и связей с общественностью в социально-экономической и политической сферах общества.
2. Избирательные технологии: место и роль рекламы и связей с общественностью.
3. История, генезис и развитие рекламы и связей с общественностью в России.
4. Интерактивные возможности рекламы и PR в СМИ.
5. Использование директ-маркетинга в целях рекламы и связей с общественностью.
6. Опыт работы отделов по рекламе и связям с общественностью в современной России.
7. Организация и проведение специальных событий как формы эффективной коммуникации.
8. Особенности взаимодействия со СМИ в аграрной отрасли.
9. Основные направления деятельности менеджера по рекламе и связям с общественностью в организации.
10. Особенности создания внутрифирменных коммуникаций на предприятиях и в организациях.
11. Использование основных технологий связей с общественностью в организационном консультировании.
12. Особенности создания и реализации рекламного или PR-проекта (на конкретном примере).
13. Особенности формирования региональной политики в сфере рекламы и PR.
14. Проблемы современной кадровой политики в области рекламы и связей с общественностью.
15. Продвижение товаров и услуг методами рекламы и PR.
16. Процесс принятия решения в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью.
17. Использование рекламы и связей с общественностью в развитие системы (на выбор - образования / туризма / шоу бизнеса).
18. Особенности взаимодействия со СМИ менеджера по рекламе и связям с общественностью.
19. Роль рекламы и связей с общественностью в вопросах формирования патриотизма и гражданской позиции у молодежи.
20. Роль службы рекламы и связей с общественностью в развитии и укреплении репутации компании.
21. Создание корпоративного имиджа.
22. Управление кризисными ситуациями с помощью PR.
23. Формирование и управление общественным мнением с помощью рекламы и связей с общественностью.
24. Опыт создания отдела по рекламе и связям с общественностью в организации.
25. Формирование корпоративной культуры средствами рекламы и PR.
26. Функции консалтинга в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
27. Экологические проблемы и пути их решения методами рекламы и связей с общественностью.
28. Ярмарки и выставки как средства коммуникации.
29. Зарубежный опыт рекламы и связей с общественностью на современном этапе (на материалах оригинальных источников, иностранной печати, данных интернета и пр.)
30. Роль рекламы и связей с общественностью в развитии социальной активности личности.
31. Актуальные проблемы научно-методического управления коммуникативными социальными процессами: методы поиска и критического анализа информации в области рекламы и PR.
32. Спонсоринг как технология рекламы и связей с общественностью (на примере деятельности конкретных организаций и учреждений).

Критерии и шкала оценки курсовой работы

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта глубоко, всесторонне, в соответствии с поставленными задачами; грамотно обоснована её проблематика; перечень использованных источников является достаточным для раскрытия темы, в обзоре источников содержится обстоятельная обобщенная характеристика достижений науки в рассматриваемой области, вскрыты существующие проблемы и противоречия; практическая часть выполнена грамотно, в полном объеме использованы рекомендуемые преподавателем методы и методики работы; в выводах и рекомендациях полно и правильно определены теоретические позиции и результаты личного исследования; соблюдены требования логики и ясности изложения; с помощью приложений конкретизируется содержание, раскрывается личный опыт деятельности автора; оформление соответствует всем требованиям.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, при выполнении вышеназванных требований имеются отдельные недочеты.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если курсовая работа раскрывает тему в соответствии с приведенными критериями, но в освещении отдельных вопросов и выполнении требований автором допущены некоторые ошибки и неточности (нарушение логики, неполнота или ошибочность анализа и выводов, недостаточность используемых источников, неточности в их обзоре, некритические ошибки в выполнении практической части, нарушение требований оформления и др.).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует один из основных разделов; если имеются существенные неточности и несогласования в изложении материала; если допущены грубые ошибки в описательной и практической частях работы; если работа выполнена не самостоятельно, а просто механически (компилиативно) переписана из источников; если обучающийся на защите не владеет материалом, не в состоянии ответить на большинство заданных по существу работы вопросов.

Перечень типовых практических заданий и контрольных вопросов к экзамену **Перечень типовых практических заданий**

Практическое задание 1.

Объясните такую ситуацию: два человека подвергаются воздействия одной и той же рекламы, один из них обращает на нее внимание и внимательно рассматривает, а другой просто не замечает, почему?

Практическое задание 2.

Применяя навыки эффективного использования своего времени для достижения поставленных целей, Составьте сравнительную таблицу коммуникативных явлений. В таблицу должны включаться следующие категории (строки таблицы): (1) пропаганда, (2) СО, (3) реклама, (4) маркетинг, (5) массовая культура, (6) педагогика, (7) идеология. Параметры сравнения (столбцы таблицы): целевая аудитория, способ воздействия (прямой/косвенный), общественное значение.

Перечень типовых контрольных вопросов к экзамену

1. Коммуникации в современном обществе. Эволюция коммуникационных технологий. Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. Тенденции развития общественных и государственных институтов в рамках рекламной и PR-деятельности.
3. История развитие PR как практики (сфера деятельности), области знаний (науки). Краткий экскурс в историю становления рекламы как профессионального вида деятельности за рубежом и в России.
4. Службы, агентства, предприятия и учреждения рекламы и PR. Ставропольского края и их деятельность.
5. Система образования в Российской Федерации. Уровни профессионального образования.
6. Факторы, влияющие на подготовку специалиста в высшей школе, принципы профессионального образования.
7. Многоуровневая подготовка специалиста по рекламе в системе непрерывного образования. ФГОС. Государственный образовательный стандарт по подготовке специалиста по рекламе и СО. Библиотека специалиста по рекламе.
8. Особенности подготовки специалистов по рекламе и СО в России и вузах Ставропольского края.
9. Основные профессиональные термины и понятия.
10. Смысл понятий «общественность» и «связи».
11. Принципы деятельности по связям с общественностью. Инструменты и методы управления своим временем.
12. Цели отношений с общественностью в современных условиях.
13. Направления и сферы профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR.
14. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
15. PR-деятельность в регулировании социально-экономических отношений.
16. Роль PR в современной общественной практике.
17. Взаимоотношения PR, рекламы и пропаганды.
18. Роль PR в формировании культуры бизнеса.
19. Имидж, репутация, пабликити в системе общественных связей.

20. Профессионализм и его составляющие. Этапы достижения профессионализма. Профессионально важные качества специалиста по рекламе и PR: общие, особенные, индивидуальные.
21. Функции специалиста по рекламе и PR. Действия специалиста по рекламе и PR, классификация услуг.
22. Профессиограмма специалиста. Универсальные качества специалиста.
23. Потребитель и специалист как участники коммуникационного процесса.
24. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR. Основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.
25. Особенности работы PR-специалистов со СМИ.
26. Движение по карьерной лестнице, стратегия роста и реализация личностного потенциала в PR. Секреты профессии и как стать успешным в PR. Принцип Питера — Принцип Дилберта. Как определить уровень некомпетентности и выбрать правильное направление движения. Перевод в административный корпус: плюсы и минусы карьерного роста.
27. Профессиональные риски в рекламе и PR.
28. Понятие о профессиональной этике. Особенности поведения и взаимодействия специалиста по рекламе: главное и неглавное.
29. Понятие о ценностных ориентациях в профессии. Корпоративная этика и её формирование. Кодекс чести в профессии.
30. Профессионально-этический кодекс рекламиста и его основные задачи.
31. Международный кодекс рекламной практики.
32. Опыт и практика взаимодействия специалиста по рекламе в системе профессиональных отношений.
33. Духовно-нравственный портрет рекламиста/PRмена: имена, карьера и судьбы.
34. Роль художественного образа в формировании профессионально-нравственных качеств рекламиста.
35. Правовое регулирование рекламы и PR.
36. Структура, предназначение, основные положения Федерального закона РФ «О рекламе», др.
37. Международный кодекс рекламной практики международной торговой палаты.
38. Авторское право в рекламе.
39. Налог на рекламу.
40. Саморегулирование в рекламе.
41. Стандартизация, сертификация и лицензирование в рекламе и PR: сходство и отличия.

Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	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 использование 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.
Хорошо	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.
Удовлетворительно	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; программные 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.
Неудовлетворительно	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. Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557868>.

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559757>.

8.2. Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17594-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560201>

2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564576>.



8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных «Корпоративный менеджмент. Библиотека управления» - www.cfin.ru

База данных «Стратегическое управление и планирование» - <http://www.stplan.ru>

База данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) - <https://fom.ru/>

8.5. Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Yandex- <https://www.yandex.ru>

Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

Поисковая система Google - <https://www.google.ru>

8.6. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека - [http://www.elibrary.ru/](http://www.elibrary.ru)

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - [http://cyberleninka.ru/](http://cyberleninka.ru)

Образовательная платформа ЮРАЙТ - [https://urait.ru/](https://urait.ru)

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

Союз предприятий печатной индустрии - <https://www.gipp.ru>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <https://www.wciom.ru>

Деловое информационное пространство РБК - www.rbk.ru
Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>
Национальная Ассоциация Телерадиовещателей - <http://www.nat.ru/>
Отдел государственных институтов и цифрового правительства. Департамент по экономическим и социальным вопросам - <http://publicadministration.un.org>
Рейтинговое агентство «Эксперт РА» - <http://raexpert.ru>
Российская ассоциация по связям с общественностью - <https://www.raso.ru>
Союз участников рынка инфо-коммуникационных услуг
https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный_союз

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 делает 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 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 вкупе 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 ошибок 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 курсовой работы

Курсовая работа (проект) представляет собой вид учебной и (или) научно-исследовательской работы, проводимой студентами самостоятельно под руководством преподавателя по определенным темам.

Выполнение курсовой работы (проекта) способствует углублённому усвоению учебного материала, систематизации полученных знаний, приобретению специальных навыков, формированию профессиональных компетенций.

Курсовая работа (проект) представляет собой необходимый этап, предшествующий написанию и защите выпускной квалификационной работы.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателями в соответствии с основным содержанием дисциплины (модуля).

Конкретная тема курсовой работы выбирается студентом из перечня тем по соответствующей дисциплине (модулю). При этом возможна корректировка темы исходя из исследовательских интересов студента.

Студент, по согласованию с преподавателем, может предложить свою тему курсовой работы (проекта).

Курсовая работа (проект) по дисциплине (модулю) учебного плана выполняется в пределах часов, отводимых на ее изучение.

Структура курсовой работы (проекта) должна способствовать всестороннему раскрытию избранной темы, решению поставленных задач, полноценному освещению отдельных вопросов.

Курсовая работа (проект), как правило, состоит из следующих структурных элементов:

А. Титульный лист. Форма титульного листа приведена в приложении 2.

Б. Содержание. Представляет собой перечень глав, параграфов и других рубрик работы с указанием страниц, с которых они начинаются. Названия глав и параграфов должны точно повторять соответствующие заголовки в тексте.

В. Введение. В нём определяются актуальность, научная и практическая значимость темы, показывается степень ее разработанности, то есть тем самым обосновывается выбор темы исследования. Здесь же формулируются цели и задачи работы. Объем введения составляет 2-3 страницы.

Г. Основная часть. Содержит не менее 2-х глав с возможным разделением на параграфы (подразделы).

В первой главе, как правило, раскрывается степень изученности вопроса в отечественной, а при необходимости и в зарубежной теории и практике, представляются различные (в том числе альтернативные) подходы к рассматриваемой проблеме в её современном состоянии. При этом желательно изложить авторский взгляд студента на неё, подходы к её разрешению.

Во второй главе освещаются прикладные аспекты исследуемой в работе проблемы.

Каждая глава, как правило, заканчивается краткими выводами в соответствии с задачами исследования.

Д. Заключение. Содержит краткое резюме, выводы и обобщающие рекомендации по основной части работы. Объем заключения составляет, как правило, 3-4 стр.

Е. Список использованных источников.

Ж. Приложения (если они предусмотрены характером работы).

Конкретные требования к курсовой работе (проекту) излагаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта), являющихся составным элементом разработанной основной образовательной программы по соответствующей специальности или направлению подготовки.

Изложение материала в курсовой работе (проекте) должно быть последовательным и логичным. Все разделы работы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

Курсовая работа (пояснительная записка курсового проекта) должна быть напечатана одним цветом (как правило, черным) на одной стороне стандартного листа писчей бумаги формата А4 (296x210 мм). При этом используется кегль 14 п., межстрочный интервал – полуторный, гарнитура шрифта – Times New Roman, выравнивание – по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы и составлять 1 см или 1,25 см. Переносы слов в тексте работы не допускаются.

Страницы курсовой работы (пояснительной записи курсового проекта) с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами. Первой страницей является титульный лист. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Общий объем работы, как правило, должен быть в пределах 30-40 страниц печатного текста (без приложений). Конкретные требования к объему курсовой работы (проекта) устанавливаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта). Работа сшивается в папке-скорошивателе или переплетается.

Главы, параграфы и пункты (кроме введения, заключения, списка использованных источников и приложений) нумеруются арабскими цифрами с точкой в конце. Главы основной части нумеруются в пределах всей работы, параграфы – в пределах каждой главы, пункты – в пределах каждого параграфа. Номер параграфа состоит из номеров главы и параграфа, разделенных точкой. Номер пункта состоит из номеров главы, параграфа и пункта, разделенных точкой (например: 1.2.1.).

Главы и подразделы должны иметь заголовки, которые призваны четко и кратко отражать их содержание. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовки глав, а также слова «Введение», «Заключение», «Список использованных источников» следует располагать по центру строки без точки в конце и писать (печатать) прописными буквами, не подчеркивая. Заголовки подразделов и пунктов следует располагать по центру строки и печатать с прописной буквы, не подчеркивая, без точки в конце.

Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку использованных источников, приложениям и т.д.). Между названием главы и последующим текстом должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Такое же расстояние выдерживается между заголовками глав и параграфов.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных и иных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помешать в список использованных источников. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включается в курсовую работу со ссылкой на источник. Наличие в тексте курсовой работы (проекта) ссылок, пусть даже многочисленных, подчеркивает научную добросовестность автора.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложения нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы,

помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последних её страницах.

Задача курсовой работы – это определение уровня теоретических знаний и практических навыков студента. На защите слушатель кратко излагает основные результаты, полученные в ходе исследования, дает исчерпывающие ответы на замечания научного руководителя и вопросы членов комиссии. На защите студент должен: - свободно ориентироваться в представляющей работе; - знать научные источники и источники количественных показателей; 15 - понимать сущность применяемой методики, её недостатки и достоинства; - уметь обосновать собственные выводы и результаты; - уметь отвечать на вопросы членов комиссии.

Методические указания по подготовке презентаций:

Презентация – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой форме.

В качестве критерии могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

1. Общие положения

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

2. Правила выполнения презентации

Работа представляется на диске в версии Office2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

3. Требования к оформлению презентации

1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
1. На первом слайде (титульном) необходимо указать тему работы.
2. На втором слайде презентации – план содержания.
3. Последний слайд – сведения об авторе.

4. Содержание презентации

1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.
1. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
2. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
3. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
4. Возможно наличие в работе видеофайлов.

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 триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое 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 к 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 проведения лекционных и практических занятий используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, компьютером или ноутбуком.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектором.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечные системы - <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru> <https://sksiu.ru/Environment/EbsSksi>).

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.

