

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ С.Т. Князев
«__» _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ	Код модуля 1133562
Образовательная программа Государственное и муниципальное управление	Код ОП 38.03.04/01.02.
Траектория образовательной программы (ТОП)	
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление	Код направления и уровня подготовки. 38.03.04
Уровень подготовки бакалавриат	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: 10.12.2014, № 1567

СОГЛАСОВАНО
ДИРЕКЦИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ПРОГРАММ

Екатеринбург, 2016

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Певная Мария Владимировна	к.с.н., доцент	доцент	Социологии и технологий государственного и муниципального управления	

Руководитель модуля

М.В. Певная

Рекомендовано учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 7 от 16.03.2016 г.

А.А. Яшин

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Е.С. Комарова

Руководитель образовательной программы (ОП)

А.А. Айвазян

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ

1.1. Объем модуля, 12 з.е.

1.2. Аннотация содержания модуля. Модуль относится к вариативной части образовательной программы. Модуль включает в себя четыре информационно-коммуникативных дисциплины, направленные на формирование аналитических и коммуникативных компетенций студентов. В круг основных задач модуля входят: формирование представлений об информационном обществе, современных информационно-коммуникативных процессах, принципах, технологиях взаимодействия общества и власти, связей с общественностью и политической коммуникации. В процессе обучения по дисциплинам данного модуля студенты должны освоить исследовательские методы изучения коммуникативных взаимодействий социальных общностей, целевых групп. Все дисциплины модуля должны в своем единстве сформировать у студентов умения диагностировать политическую и социально-экономическую ситуацию, использовать коммуникативные технологии ДЛЯ гармонизации общественных отношений.

2. СТРУКТУРА МОДУЛЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ ПО ДИСЦИПЛИНАМ

Для студентов очной формы обучения

Наименования дисциплин с указанием, к какой части образовательной программы они относятся: базовой (Б), вариативной – по выбору вуза (ВВ), вариативной - по выбору студента (ВС). /		Семестр изучения	Объем времени, отведенный на освоение дисциплин модуля							
			Аудиторные занятия, час.				Самостоятельная работа, включая все виды текущей аттестации, час.	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен), час.	Всего по дисциплине	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			Час.	Зач. ед.
1.	Методы сбора социальной информации (ВВ)	5	17	34	-	51	39	Э,18	108	3
2.	Связи с общественностью в органах власти (ВВ)	6	34	34	-	68	22	Э,18	108	3
3.	Социальная и политическая реклама (ВВ)	6	17	34	-	51	39	Э,18	108	3
4.	Технологии GR (ВВ)	7	17	17	-	34	34	3,4	72	2
5.	Проект по модулю Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ (ВВ)	7	-	-	-	0	36	Защита проекта	36	1
Всего на освоение модуля			85	119	-	204	170	58	432	12

Для студентов заочной формы обучения

Наименования дисциплин с указанием, к какой части образовательной программы они относятся: базовой (Б), вариативной – по выбору вуза (ВВ), вариативной - по выбору студента (ВС).		Семестр изучения	Объем времени, отведенный на освоение дисциплин модуля							
			Аудиторные занятия, час.				Самостоятельная работа, включая все виды текущей аттестации, час.	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен), час.	Всего по дисциплине	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			Час.	Зач. ед.
6.	Методы сбора социальной информации (ВВ)	6	4	8	-	12	78	Э,18	108	3
7.	Связи с общественностью в органах власти (ВВ)	7	4	8	-	12	78	Э,18	108	3
8.	Социальная и политическая реклама (ВВ)	7	4	8	-	12	78	Э,18	108	3
9.	Технологии GR (ВВ)	8	4	6	-	10	58	З,4	72	2
10.	Проект по модулю Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ (ВВ)	8					36		36	1
Всего на освоение модуля			16	30		46	328	58	432	12

3. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН В МОДУЛЕ

3.1.	Пререквизиты и постреквизиты в модуле	Методы сбора социальной информации
3.2.	Корреквизиты	Связи с общественностью в органах власти. Социальная и политическая реклама. Технологии GR.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

4.1. Планируемые результаты освоения модуля и составляющие их компетенции

Коды ОП, для которых реализуется модуль	Планируемые в ОХОП результаты обучения -РО, которые формируются при освоении модуля	Компетенции в соответствии с ФГОС ВО, а также дополнительные из ОХОП, формируемые при освоении модуля
38.03.04/01.02	РО-11 - Способность осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в сфере ГМУ	ПК-6 - владение навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации; органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций ПК-8 - способность применять информационно-

		<p>коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования</p> <p>ПК-9 - способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации</p> <p>ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</p> <p>ПК-26 - владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций</p> <p>ДОК-3 – способность к критической оценке процессов и явлений, происходящих в социальной структуре общества</p>
--	--	---

4.2. Распределение формирования компетенций по дисциплинам модуля

Дисциплины модуля		ПК-6	ПК-8	ПК-9	ПК-11	ПК-26	ДОК-3
1	Методы сбора социальной информации (ВВ)	*	*			*	*
2	Связи с общественностью в органах власти (ВВ)		*	*	*	*	
3	Социальная и политическая реклама (ВВ)		*		*	*	
4	Технологии GR (ВВ)		*		*	*	

5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО МОДУЛЮ

5.1. Весовой коэффициент значимости промежуточной аттестации по модулю:

[указать коэффициент, утвержденный ученым(и) советом(ами) института(ов), в котором(ых) реализуется модуль, протокол заседания ученого совета № _____ от _____ г.]

5.2. Форма промежуточной аттестации по модулю:

Проект по модулю включает в себя выполнение кейса по деятельности отдельного органа государственной власти Российской Федерации, органа государственной власти субъекта Российской Федерации; органа местного самоуправления, государственного или муниципального предприятия, подведомственного учреждения, политической партии, общественно-политического объединения или некоммерческой организации. В проекте по модулю каждый студент должен реализовать количественный и качественный анализ информационно-коммуникативной деятельности объекта, оценив состояние внешней экономической, социальной, политической и внутренней организационной среды, технологии и результаты их использования.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по модулю (Приложение 1)

5.3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

5.3.1. ОБЩИЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

Система критериев оценивания результатов обучения в рамках модуля опирается на три уровня освоения: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

5.3.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

5.3.2.1. Перечень примерных вопросов для интегрированного экзамена по модулю. Не предусмотрено

5.3.2.2. Перечень примерных тем итоговых проектов по модулю.

Объекты кейса: орган государственной власти Российской Федерации, орган государственной власти субъекта Российской Федерации; орган местного самоуправления, государственное или муниципальное предприятие, подведомственное учреждение, политическая партия, общественно-политическое объединение или некоммерческая организация.

Дисциплина модуля	Параметры анализа кейса
Методы сбора социальной информации (ВВ)	Дайте подробную характеристику информации, представленной на сайте сайта объекта кейса как источника информации по следующим критериям: количество, ценность, содержание, объективность, адекватность, достоверность, точность, оперативность.
	Выделите и опишите типы социальной информации, которые Вам необходимы для объективной характеристики деятельности объекта кейса. Выделите и опишите источники информации, которые могли бы Вам предоставить информацию этих типов. Приведите конкретный пример по каждому типу. Оформите ссылки на источник информации в соответствии с требованиями ГОСТ на оформление ссылок.
	Приведите примеры социологических исследований, которые можно реализовать при изучении объекта кейса. Объясните свой выбор.
	Разработайте программу и бланк контент-анализа (информационных сообщений в ленте новостей, пресс-релизов для прессы, официальных документов и т.д.) для анализа проблем информирования общественности на официальном сайте объекта кейса. Обязательно используйте следующие единицы счета: факт наличия той или иной категории в документе; количество знаков; временные характеристики, а также любые другие, необходимые вам.
Связи с общественностью в органах власти (ВВ)	Выделите и опишите ключевые аудитории общественности, на которые рассчитана информация сайта объекта анализа.
	Выделите направления деятельности структурного подразделения (пресс-служба, отдел, департамент), ответственного за функционал в сфере связей с общественностью. Используя сайт объекта кейса и другие информационные площадки (сайты информационных агентств, социальные сети и т.д.), приведите пример конкретных действий по каждому направлению (мероприятий, программ, информационных сообщений). Обязательно оформите ссылки на источники представленной информации.
	Разработайте пресс-релиз анонс по одному из мероприятий, которое отражено в новостной ленте объекта исследования.
	Разработайте макет поста для социальных сетей и новостной заметки для популярного в Интернете ресурса или официального сайта органов власти, органов местного самоуправления.
Социальная и политическая реклама (ВВ)	Выделите 2-3 примера социальной или политической рекламы, связанной с объектом Вашего анализа. Если в информационно-коммуникативной среде Вашего объекта анализа нет таких примеров, постарайтесь найти 2-

	<p>3 примера в деятельности схожих объектов. Опишите подробно каждый пример. Укажите ссылку размещения информации о нем.</p> <p>Дайте развернутый ответ по каждому примеру по следующим позициям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оцените эффективность социальной или политической рекламы, - опишите целевую аудиторию рекламы; - дайте объективную оценку соответствия решения рекламной кампании целевой аудитории; - приведите несколько аргументов для доказательства актуальности рекламы по данной тематике для целевой аудитории; - дайте объективную оценку креативности рекламы; - оцените понятность рекламного сообщения для целевой аудитории; - выделите и опишите все каналы распространения данной рекламы, - выделите каналы, которые могли бы быть эффективно использованы для продвижения данной рекламы, но не были задействованы.
Технологии GR (BB)	<p>Постройте свою классификацию технологий GR, дайте развернутую характеристику каждой технологии, оформите ссылки на используемые для этого учебные и учебно-методические пособия.</p> <p>Какие из выделенных и описанных Вами технологий GR могут быть реализованы в той сфере, где представлен Ваш объект кейса? Аргументируйте свой выбор, приведите конкретные примеры, обязательно укажите ссылки на используемые для этого источники информации.</p>

6. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ МОДУЛЯ

Номер листа изменений	Номер протокола заседания проектной группы модуля	Дата заседания проектной группы модуля	Всего листов в документе	Подпись руководителя проектной группы модуля

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н.Ельцина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

GR-ТЕХНОЛОГИИ

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ	Код модуля 1133562
Образовательная программа Государственное и муниципальное управление	Код ОП 38.03.04/01.02.
Траектория образовательной программы (ТОП)	
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление	Код направления и уровня подготовки. 38.03.04
Уровень подготовки бакалавриат	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: 10.12.2014, № 1567

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Меньшенина Наталья Николаевна	кандидат философских наук, доцент	профессор	Управление общественными отношениями	

Руководитель модуля

М.В. Певная

Рекомендовано учебно-методическим советом института государственного и муниципального управления

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 8 от 13.04.2016 г.

А.А. Яшин

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ GR-ТЕХНОЛОГИИ

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина входит в модуль *«Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ»* образовательной программы бакалавриата «Государственное и муниципальное управление». Она посвящена изучению базовых понятий и представлений о связях разных типов организаций с органами государственной власти. Данная дисциплина является междисциплинарной, дополняет и корректирует знания студентов о процессах взаимодействия с органами власти. Основными целями изучения дисциплины являются рассмотрение алгоритмов взаимодействия компании и органов государственной власти и управления; освоение технологий завоевания доверия органов государственной власти к организации; создания ее позитивной репутации и заинтересованности во взаимном сотрудничестве; обеспечения взаимопонимания между организацией и органами государственной власти.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом обучения в рамках дисциплины является способность осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в сфере ГМУ (РО-11) и нацелена на формирование у студента следующих компетенций, определенных программой модуля *«Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ»*:

ПК-8 - способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования

ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

ПК-26 - владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: содержание, смысл, основные цели, социальную значимость профессии государственного и муниципального управления, стремление к улучшению этого понимания через использование знаний в своей деятельности.

Уметь: выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения, оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

1. *следующими общекультурными компетенциями:*

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);

2. *следующими общепрофессиональными компетенциями:*

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и

последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые

мероприятия (ОПК-3);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4); владением навыками составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности организации (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

3. следующими профессиональными компетенциями:

ПК-8 - способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования

ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

ПК-26 - владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций

1.4.Объем дисциплины

Таблица 1.4.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	7
1.	Аудиторные занятия	34	34,00	34
2.	Лекции	17	17,00	17
3.	Практические занятия	17	17,00	17
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	34	5,10	34
6.	Промежуточная аттестация	3, 4	0,25	3, 4
7.	Общий объем по учебному плану, час.	72	39,35	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	2		2

Таблица 1.4.2

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	8
1.	Аудиторные занятия	10	10,00	10
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	6	6,00	8
4.	Лабораторные работы			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	58	1,5	58
6.	Промежуточная аттестация	3, 4	0,25	3,4
7.	Общий объем по учебному плану, час.	72	11,25	72
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	2		2

Таблица 1.4.3

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии [ускоренная программа]

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	3
1.	Аудиторные занятия	6	6,00	6
2.	Лекции	2	2,00	2
3.	Практические занятия	4	4,00	4
4.	Лабораторные работы			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	62	0,9	62
6.	Промежуточная аттестация	3, 4	0,25	3,4
7.	Общий объем по учебному плану, час.	72	7,15	72
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	2		2

*Контактная работа составляет:

в п/п 2,3,4 - количество часов, равное объему соответствующего вида занятий;

в п.5 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на консультации в группе (15% от объема аудиторных занятий) и объема времени, выделенного преподавателю на руководство курсовой работой/проектом одного студента, если она предусмотрена.

в п.6 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на проведение соответствующего вида промежуточной аттестации одного студента и объема времени, выделенного в рамках дисциплины на руководство проектом по модулю (если он предусмотрен) одного студента.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	Концепции и модели системы взаимодействия бизнес-сообщества и общественного сектора с органами власти. Методологические основы GR-деятельности. Теория политической коммуникации.
P2	Структура и особенности механизма GR-деятельности	Формирование механизма и моделей GR-деятельности: зарубежный опыт и российская практика. Технологии и инструменты GR-деятельности
P3	Сущность GR-технологий.	Деятельностный подход к определению GR-технологий. Классификация GR-технологий. Социально-коммуникативные GR-технологии. Информационно-аналитические технологии GR. Коммуникативные технологии КСО (корпоративной социальной ответственности).
P4	Современные GR-технологии	Мониторинг социально политической и экономической ситуации; политическое консультирование и бизнес-консалтинг; технологии переговорного процесса; технологии «цивилизованной» лоббистской деятельности; технологии медиарилейшенз.
P5	Неэтичные GR-технологии	<i>Grassroots; Astroturfing; Greenwashing</i>
P6	Современные коммуникативные механизмы реализации GR-технологий	Коммуникативные механизмы частно-государственного партнерства, экспертного сообщества, лоббизма, медиарилейшенз.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 3.1.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.):12
Объем дисциплины (зач.ед.):2

Раздел дисциплины		Аудиторны е занятия (час.)		Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																									
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)				Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготов ка к промежу точной аттестаци и по дисципли не (час.)		Подгото вка в рамках дисципли ны к промежу точной аттестаци и по модулю (час.)	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего (час.)		Лекция	Практ., семинар, занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
P1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	12	6	4	2		6	6	2	4																			
P2	Структура и особенности механизма GR-деятельности	12	6	4	2		6	6	2	4																			
P3	Сущность GR-технологий	12	6	4	2		6	6	2	4																			
P4	Современные GR-технологии	12	6	2	4		6	6	2	4																			
P5	Неэтичные GR-технологии	6	2	1	1		4	4	1	3																			
P6	Современные коммуникативные механизмы реализации GR - технологий	14	8	2	6		6	6	2	4																			
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	68	34	17	17	0	34	34	11	23	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0	0					
	Всего по дисциплине (час.):	72	34				38	В т.ч. промежуточная аттестация																	4	0	0	0	

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 3.1.2

Для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.):12

Объем дисциплины (зач.ед.):2

Раздел дисциплины			Аудиторны е занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																									
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)				Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготов ка к промежу точной аттестаци и по дисципли не (час.)		Подгот овка в рамках дисципли ны к промеж уточной аттестаци и по модулю (час.)				
			Лекции	Практические занятия				Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю		
				Практические занятия	Лабораторные работы																											
P1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	10	2	1	1		8	8	4	4																Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю			
P2	Структура и особенности механизма GR-деятельности	12	2	1	1		10	10	5	5																						
P3	Сущность GR-технологий	12	2	1	1		10	10	5	5																						
P4	Современные GR-технологии	12	2	1	1		10	10	5	5																						
P5	Неэтичные GR-технологии	12	2		2		10	10	0	10																						
P6	Современные коммуникативные механизмы реализации GR - технологий	10					10	10	0	10																						
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	68	10	4	6	0	58	58	19	39																						
	Всего по дисциплине (час.):	72	10				62																					4	0	0	0	

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 3.1.3

Для студентов заочной формы обучения [ускоренная программ.], , в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.):12

Объем дисциплины (зач.ед.):2

Раздел дисциплины			Аудиторны е занятия (час.)		Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																												
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)								Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготов ка к промежу точной аттеста ции по дисципли не (час.)		Подгот овка в рамках дисципли ны к промеж уточной аттеста ции по модулю (час.)							
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*							
P1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	10	2	1	1		8	8	4	4																Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю				
P2	Структура и особенности механизма GR-деятельности	12	2	1	1		10	10	5	5																							
P3	Сущность GR-технологий	12	2	1	1		10	10	6	6																							
P4	Современные GR-технологии	12	2	1	1		10	10	6	6																							
P5	Неэтичные GR-технологии	12	2		2		10	10	0	10																							
P6	Современные коммуникативные механизмы реализации GR - технологий	10					10	10	0	10																							
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	68	10	4	6	0	58	58	19	39																4	0	0	0				
	Всего по дисциплине (час.):	72	10	6			62																										

*Суммарный объем в часах на мероприятие

указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.2. Практические занятия

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P.1	1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	2
P.2	2	Структура и особенности механизма GR-деятельности	2
P.3	3	Сущность GR-технологий	2
P.4	4	Неэтичные GR-технологии	1
P.5	5,6	Современные GR-технологии	4
P.6	7,8,9	Современные коммуникативные механизмы реализации GR-технологий	6
Всего:			17

Практические занятия для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P.1	1	Теоретические основы анализа GR-деятельности	1
P.2	1	Структура и особенности механизма GR-деятельности	1
P.3	2	Сущность GR-технологий	1
P.4	2	Неэтичные GR-технологии	1
P.5	3	Современные GR-технологии	1
P.6	3	Современные коммуникативные механизмы реализации GR-технологий	1
Всего:			6

Практические занятия для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии [ускоренная программа]

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P.2	1	Структура и особенности механизма GR-деятельности	1
P.3	2	Сущность GR-технологий	1
P.4	2	Неэтичные GR-технологии	1
P.5	3	Современные GR-технологии	1
Всего:			4

4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

- 4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ
не предусмотрено
- 4.3.2. Примерный перечень тем графических работ
не предусмотрено
- 4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)
не предусмотрено
- 4.3.4. Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов
не предусмотрено
- 4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)
не предусмотрено
- 4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ
не предусмотрено
- 4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)
не предусмотрено
- 4.3.8. Примерная тематика контрольных работ
не предусмотрено
- 4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов
не предусмотрено

5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P.1 Теоретические основы анализа GR-деятельности				*	*							
P.2 Структура и особенности механизма GR-деятельности				*	*							
P.3 Сущность GR-технологий		*										
P.4 Незрелые GR-технологии		*	*		*							
P.5 Современные GR-технологии		*	*		*							
P.6 Современные коммуникативные механизмы реализации GR-технологий		*			*							

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1.Рекомендуемая литература

9.1.1.Основная литература

1. GR - связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие. / под ред. Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. - М.: РОССПЭН, 2012. — 407 с.
2. Теория и практика GR / под редакцией И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой - СПб: Изд-во С-Петербур. ун-та, 2013 – 180 с.
3. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. - М.: Издательство Юрайт, 2015. — 315 с.
4. Меньшенина Н.Н., Пантелеева М.В. Лоббизм: курс лекций для студентов вузов / под редакцией Н.Н. Меньшениной - УрФУ: Изд-во Уральского университета, 2016 – 148 с.

9.1.2.Дополнительная литература

1. Автономов, А. С. Азбука лоббирования / А. С. Автономов. — М., 2004.
2. Белоусов, А. Б. Лоббизм как политическая коммуникация / А. Б. Белоусов. — Екатеринбург: УрО РАН, 2005.
3. Вуйма, А. Ю. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений / А. Ю. Вуйма. — СПб.: Питер Пресс, 2008.
4. Берлин, А.Д. Корпоративный лоббизм. Теория и практика / А. Д. Берлин, Г. Э. Григор. — М.: Издательский дом Международного университета, 2005.
5. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. кол. А. Н. Шохин. — М.: НИУ ВШЭ, 2011.
6. Бинецкий, А. Э. Лоббизм в современном мире / А. Э. Бинецкий. — М., 2004.
7. Варнавский, В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. — М., 2005.
8. Володенков, С. В. Управление современными политическими кампаниями / С. Володенков. — М., 2012.
9. Зяблук, П. Г. Лоббизм и судебная система США / Н. Г. Зяблук. — М.: ИСКРАМ, 2002.
10. Зяблук, Я. Г. Общественные интересы в политическом процессе США / Н. Г. Зяблук. - М.: ИСКРАН, 2004.
11. Зяблук, Я. Г. Практика лоббистской деятельности в США / Н. Г. Зяблук. - М.: ИСКРАН, 1994.
12. Ильичева, Л. Е. Лоббизм и корпоративизм / Л. Е. Ильичева. — М.: Экономика, 2002.
13. Кривоносое, А. Д. Основы теории и практики связей с общественностью / А. Д. Кривоносое, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. — СПб., 2011.
14. Лепехин, В. А. Лоббизм / В. А. Лепехин. — М.: Фонд «IQ», 1995.
15. Лепехин, А. В. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования / А. В. Лепехин // ПОЛИС. — 1998. — № 4.
16. Лиллекер, Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д. Лиллекер. — М., 2010.
17. Любимов, А. Я. История лоббизма в России / А. П. Любимов. — М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005.
18. Любимов, А. П. Лоббизм как конституционно-правовой институт / А. П.

Любимов. - М.: ИГПАН, 1998.

19. Максимов, Д. А. Проблемы взаимодействия власти и бизнеса в современной России / Д. А. Максимов, П. В. Толпегин. — М., 2009.
20. Малько, А. В. Лоббизм // Общественные науки и современность. — 1995. -№ 4. 300
21. Павроз, А. В. Группы интересов и трансформация политического режима в России / А. В. Павроз. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2008.
22. Павроз, А. В. Теория политического плюрализма: сущность, противоречия, альтернативы / А. В. Павроз. — СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009.
23. Перегудов С. П. Группы интересов и Российское государство. Эд- ториял УРСС / С. П. Перегудов, Н. Ю. Лапина, И. С. Семсненко. — М., 1999.
24. Профессиональный словарь лоббистской деятельности / сост. П. А. Толстых // Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. — М., 2009.
25. Самойленко С. А. Управление связями с госструктурами (GR): курс дистанц. обучения по специализации PROF-SP-CHS «Управление холдинговыми структурами» / С. А. Самойленко. — М.: МТИ, 2012.
26. Толмачева, И. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью / И. Толмачева. — М.: Эксмо, 2011.
27. Толстых П. А. Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации / П. А. Толстых. — М.: Изд-ва : Канон+ ; Реабилитация, 2006.
28. Толстых П. А. GR. Практикум по лоббизму в России / П. А. Толстых. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
29. Толстых П. А. Экономическая теория лоббизма: оценка экономической эффективности / П. А. Толстых // Современные исследования социальных проблем. — 2013. — № 1(21).
30. Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимодействия общества и власти / под ред. В. И. Быкова, Л. Н. Галенской, Л. В. Сморгунова. — СПб.: СКФ «Россия- Нева», 2006.
31. Чары, Р. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности / Р. Чари, Дж. Хогеи, Г. Мерфи. — М., 2011.
32. Шапкин И. Н. Из истории лоббизма в России. Представительские организации российского капитала во 2-ой половине 19 — начале 20-х веков / И. Н. Шапкин. — М., 1999.
33. Шатилова А. Б. GR для эффективного бизнеса / А. Б. Шатилов, А. С. Никитин. - М. : ФОРУМ, 2011.
34. Шмиттер, Ф. Неокорпоратизм / Ф. Шмиттер // Полис: Политические исследования. — 1997. — № 2. — С. 14—22.
35. Шварценберг, Р.-Ж. Политическая социология / Р.-Ж. Шварцен- бсрг. - М., 2000.
36. Шохин А. П. Диалог с четвертой властью / А. П. Шохин. — М., 1999.
37. Шохин А. П. Взаимодействие бизнеса и власти в Европейском Союзе / А. Н. Шохин, Е. А. Королев. — М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2008.
38. Юргенс, И. Ю. Очередные задачи российской власти / И. Ю. Юргенс. - М.: РОССПЭН, 2009.

9.2.Методические разработки

не используются

9.3.Программное обеспечение

Текстовый процессор Microsoft Word, POLISYM, программный комплекс MS PowerPoint, текстовый редактор Adobe Acrobat, Acrobat Reader, Acrobat PDFMaker, ABBYY Fine Reader.9, программы Fotoshop и Internet Explorer, Vortex 8.0

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Зональная научная библиотека УрФУ lib.urfu.ru
<http://www.government.ru>,
<http://www.gosuslugi.ru>,
<http://rezerv.gov.ru>
<http://www.consultant.ru>
<http://www.lobbying.ru>
<http://www.google.gr>

Поисковые системы:

yandex.ru – Самая популярная поисковая система в России. Имеется расширенный поиск.
rambler.ru – Одна из популярных русскоязычных поисковых систем.
google.ru – Одна из популярных систем в России. И по всему миру (google.com)
www.yahoo.com – Один из крупных поисковых систем в мире.
www.apport.ru – Довольно распространенная поисковая система в России, имеется два языка.
msn.com – Довольно популярная поисковая система по новостям и по сайтам.
www.altavista.com – Самая крупная поисковая система в мире.

Зональная научная библиотека УрФУ lib.urfu.ru

<http://ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал – ЭСМ;
<http://www.inion.ru> – ФГБУН Институт научной информации по общественным наукам РАН;
<http://www.isras.ru/> – ФГБУН Институт социологии РАН;
<http://www.si.ras.ru/> – Социологический институт РАН;
<http://www.ispriras.ru/> – Институт социально-политических исследований
<http://socioline.ru>, <http://soc.lib.ru> – электронные библиотеки;
<http://fom.ru> – Фонд Общественное Мнение;
<http://www.levada.ru/> – Левада-Центр

Периодические издания:

- a. Полис
- b. Мировая экономика и международные отношения
- c. Россия в глобальной политике
- d. Обозреватель
- e. Международная жизнь
- f. Национальная безопасность
- g. Политика и общество
- h. Право и политика
- i. Социс

9.5. Электронные образовательные ресурсы

В разработке

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Лекционный материал и практические занятия изучаются в аудиториях, оснащёнными проектором с видеотерминалом персонального компьютера на настенный экран; аудитории соответствуют требованиям СанПин и безопасности. Аудитории оснащены рабочими местами для обучающихся в достаточном количестве.

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – ...[утверждается ученым советом института], в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены –...

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Посещаемость лекций</i>	7 семестр (1-9 учеб. недели)	34
<i>Конспекты лекций</i>	7 семестр (1-9 учеб. недели)	66
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – ...		
Промежуточная аттестация по лекциям – не предусмотрено		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – ...		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Активное участие в групповых формах работы</i>	7 семестр (10-17 учеб. недели)	68
<i>Подготовка презентаций</i>	7 семестр (10-17 учеб. недели)	32
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,5		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,5		

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 7	1,0

*В случае проведения промежуточной аттестации по дисциплине (экзамена, зачета) методом тестирования используются официально утвержденные ресурсы: АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ, имеющие статус ЭОР УрФУ; ФЭПО (www.fepo.rf); Интернет-тренажеры (www.i-exam.ru).

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

Дисциплина и ее аналоги отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ не используется.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий

не предусмотрено

8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий

не предусмотрено

8.3.3. Примерные контрольные кейсы

не предусмотрено

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

1. Генезис лоббизма.
2. Основные подходы к пониманию лоббистской деятельности
3. Технологии и практики лоббирования.
4. Механизмы влияния и продвижения интересов на разных уровнях взаимодействия с органами государственной власти
5. Институализация лоббизма в России.
6. Лоббистская деятельность крупных профессиональных и отраслевых союзов и ассоциаций
7. Лоббизм и GR менеджмент: дифференцирование задач и функций.
8. GR-деятельность: понятие, сущность, развитие.
9. GR- технологии в современном информационном обществе
10. Функции GR-технологий.
11. Типы GR-технологий.
12. Коммуникативные модели GR-деятельности
13. Связи с общественностью в системе GR- деятельности
14. Пи-ар и Джи-ар: компаративный анализ понятий
15. GR-технологии в системе GR-коммуникаций
16. Особенности применения джи-ар технологий в современной России
17. Опыт зарубежных стран в сфере применения джи-ар технологий
18. Феномен государственно-частного партнерства как технология джи-ар
19. Медиа-рилейшенз как технология джи-ар
17. Форсайт-технологии в сфере джи-ар
18. Неэтичные GR-технологии.
19. Коммуникативные механизмы медиарилейшенз
20. Роль экспертных сообществ во взаимоотношении с органами власти
21. Лоббизм как GR-технология
22. Государственно-частное партнерство в системе GR-деятельности
23. Бюджет и инвестиции в системе GR-технологий
24. Экспертное сообщество как технология GR

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

не предусмотрено

8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации

не используются

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля

не используются

8.3.8. Интернет-тренажеры

не используются

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н.Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ	Код модуля 1133562
Образовательная программа Государственное и муниципальное управление	Код ОП 38.03.04/01.02.
Траектория образовательной программы (ТОП)	
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление	Код направления и уровня подготовки. 38.03.04
Уровень подготовки бакалавриат	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: 10.12.2014, № 1567

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Каташинских Варвара Сергеевна	Кандидат социологических наук, -	Доцент	Социологии и технологий государственного и муниципального управления	

Руководитель модуля

М.В. Певная

Рекомендовано учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 8 от 13.04.2016 г.

А.А. Яшин

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ Методы сбора и анализа социальной информации

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина «Методы сбора и анализа социальной информации» относится к модулю «Информационно-коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении», который является вариативной частью ВУЗа по направлению подготовки 38.03.04. «Государственное и муниципальное управление».

Целью дисциплины «Методы сбора и анализа социальной информации» является подготовка выпускников к информационно-методической деятельности, реализации функции сбора обработки и анализа информации. Курс содержит теоретический и практический материал, который студенты смогут использовать как в профессиональной, так и в обыденной жизни. В процессе изучения методов сбора и анализа социальной информации студенты знакомятся с понятием социальной информации, ее значимостью в современном мире; учатся составлять программу социологического исследования; изучают качественные и количественные методы сбора социальной информации, актуальность их применения при исследовании различных явлений и процессов; принципы обобщения и обработки данных; основы анализа данных.

1.2. Язык реализации программы – русский.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом обучения в рамках дисциплины является формирование у студента способности осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в сфере ГМУ (**РО-11**) и следующих компетенций:

ПК-6 - владение навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации; органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.

ПК-8 - способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования.

ПК-26 - владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.

ДОК-3 - способность к критической оценке процессов и явлений, происходящих в социальной структуре общества.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы качественного и количественного анализа данных;
- способы применения основных методов сбора социальной информации;
- основные технологии расчетов и анализа данных.

Уметь:

- организовывать социологические исследования;
- собирать и обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- анализировать социальную информацию;
- выявлять причинно-следственные связи между явлениями.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками сбора, обработки информации;
- навыками участия в информатизации деятельности органов власти;
- технологиями информационно-коммуникативной деятельности в ГМУ.

1.4. Объем дисциплины

Таблица 1.4.1

Объем дисциплины для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	5
1.	Аудиторные занятия	51	51,00	51
2.	Лекции	17	17,00	17
3.	Практические занятия	34	34,00	34
4.	Лабораторные работы			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	39	7,65	39
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	60,98	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

Таблица 1.4.2

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	6
1.	Аудиторные занятия	12	12,00	12
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	8	8,00	8
4.	Лабораторные работы	-		-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	78	1,80	78
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	16,13	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

Таблица 1.4.3

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии [ускоренная программа]

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	3
1.	Аудиторные занятия	8	8,00	8
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	4	4,00	4
4.	Лабораторные работы	-		-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	82	1,20	82
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	11,53	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

*Контактная работа составляет:

в п/п 2,3,4 - количество часов, равное объему соответствующего вида занятий;

в п.5 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на консультации в группе (15% от объема аудиторных занятий) и объема времени, выделенного преподавателю на руководство курсовой работой/проектом одного студента, если она предусмотрена.

в п.6 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на проведение соответствующего вида промежуточной аттестации одного студента и объема времени, выделенного в рамках дисциплины на руководство проектом по модулю (если он предусмотрен) одного студента.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела,	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Методология социологического исследования	
P1.T1	Теоретические основы методов сбора социальной информации	<p>Понятие социальной информации, ее специфика. Виды социальной информации. Социальная и социологическая информация. Понятие социологического исследования, различные классификации его видов. Качественное и количественное социологическое исследование.</p> <p>Программа социологического исследования. Структура программы социологического исследования: методический и методологический блоки. Методологический раздел: актуальность темы, правильная формулировка объекта, предмета, целей и задач, постановка гипотез исследования. Необходимость их логического соответствия. Методический раздел: основные категории исследования, формирование системы переменных, обоснование выборки, методов исследования, разработка инструментария, определение методов сводки, группировки и анализа данных. Календарный план исследования, смета.</p>

P1.T2	Выборка в социологическом исследовании	Понятие выборки в социологическом исследовании. Генеральная и выборочная совокупность. Виды выборки: случайная (простая, механическая, стратифицированная, гнездовая), неслучайная (квотная, стихийная, метод снежного кома, отбор типичных случаев). Большая и малая выборка. Понятие репрезентативности. Ошибки выборки: случайные ошибки, систематические ошибки. Расчет объема выборочной совокупности.
P1.T3	Понятие измерения социологической информации	Измерение в гуманитарных науках. Интерпретация и операционализация основных понятий. Формирование индикаторов Шкалирование. Валидность, полнота, чувствительность и надежность шкалы. Виды шкал (номинальная, порядковая, интервальная, шкала отношений)
P2	Методика социологического исследования	
P2.T1	Метод опроса	<p>Опрос как самый распространенный метод сбора социальной информации Особенности метода опроса. Виды опросов. Достоинства и недостатки различных видов опроса</p> <p>Интервью и анкетирование Качественный и количественный опрос.</p> <p>Анкета. Структура анкеты. Правила оформления анкеты. Виды вопросов. Принципы формулировки вопросов в анкете.</p> <p>Глубинное интервью: области применения, достоинства и недостатки метода.</p> <p>Метод фокус-группы как групповой опрос. Достоинства и ограничения. Понятие гайда интервью Правила его составления.</p> <p>Социометрический опрос Область применения Методика социометрии</p>
P2.T2	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	<p>Качественные методы в социологии. Виды наблюдения (открытое и закрытое, включенное и невключенное) Область применения метода наблюдения Достоинства и ограничения. Инструментарий наблюдения.</p> <p>Социологический эксперимент и эксперимент естественнонаучный. Контрольная и экспериментальная группа. Виды эксперимента: полевой и лабораторный. Область применения метода эксперимента. Достоинства и ограничения Квазиэксперименты.</p> <p>Кейс-стад и как метод социологического исследования проблемной ситуации.</p>
P2.T3	Методы анализа документов	<p>Понятие документа в социальных науках. Виды документов. Традиционный анализ документов. Проблема достоверности документа, проблема достоверности информации.</p> <p>Контент-анализ. История применения метода. Область применения, достоинства и ограничения. Карта контент-анализа.</p>

Р2.Т4	Обработка, обобщение и анализ данных	<p>Первичная обработка собранной информации. Особенности обработки качественной и количественной информации. Кодирование. Транскрибирование. Представление и интерпретация полученных данных. Корреляция между переменными.</p> <p>Качество социологической информации: систематические и случайные ошибки. Понятие валидности: объективная и субъективная. Методы контроля первичной информации: внешний и внутренний контроль.</p> <p>Отчет о проведенном исследовании: методический, статистический, аналитический. Требования к структуре и оформлению. Подготовка презентации.</p>
-------	--------------------------------------	---

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 3.1.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.): 12
Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																								
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)			
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*					
P1.T1	Теоретические основы методов сбора социальной информации	11	6	2	4		5	3	1	2													2	1		Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю		
P1.T2	Выборка в социологическом исследовании	9	6	2	4		3	3	1	2																					
P1.T3	Понятие измерения социологической информации	11	6	2	4		5	5	1	4																					
P2.T4	Метод опроса	16	10	4	6		6	6	2	4																					
P2.T5	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	13	8	2	6		5	5	1	4																					
P2.T6	Методы анализа документов	9	6	2	4		3	3	1	2																					
P2.T7	Обработка, обобщение и анализ данных	21	9	3	6		12	6	2	4			6	1																	
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	51	17	34		39	31	9	22			6	6									2	2							
	Всего по дисциплине (час.):	108	51				57	В т.ч. промежуточная аттестация																					18		

Таблица 3.1.2

Для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.): 18

Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)			Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																							
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)									Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготов-ка к промезу-точной аттеста-ции по дисципли-не (час.)	Подгот-овка в рамках дисцип-лины к промез-уточной аттеста-ции по модулю (час.)			
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар, занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)			Контрольная работа*	Коллоквиум*	
P1.T1	Теоретические основы методов сбора социальной информации	11	1	1	0		10	8	4	4											2	1		Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю		
P1.T2	Выборка в социологическом исследовании	10	0	0	0		10	10	6	4																			
P1.T3	Понятие измерения социологической информации	11	1	1	0		10	10	6	4																			
P2.T4	Метод опроса	18	3	1	2		15	15	5	10																			
P2.T5	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	8	2	0	2		6	6	2	4																			
P2.T6	Методы анализа документов	12	2	0	2		10	10	6	4																			
P2.T7	Обработка, обобщение и анализ данных	20	3	1	2		17	11	5	6		6	1																
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	12	4	8		78	70	34	36			6	6							2	2							
	Всего по дисциплине (час.):	108	12				96	В т.ч. промежуточная аттестация																	18				

Таблица 3.1.3

Для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании ДТО [ускоренная программа]

Объем модуля (зач.ед.): 18

Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)			Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																					
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции			Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)								Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)
				Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие				Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*		
P1.T1	Теоретические основы методов сбора социальной информации	13	1	1	0		12	10	6	4												2	1		Зачет Экзамен Интегрированный экзамен по модулю Проект по модулю		
P1.T2	Выборка в социологическом исследовании	12	0	0	0		12	12	8	4																	
P1.T3	Понятие измерения социологической информации	14	1	1	0		13	13	8	5																	
P2.T4	Метод опроса	16	2	1	1		14	14	8	6																	
P2.T5	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	8	1	0	1		7	7	1	6																	
P2.T6	Методы анализа документов	12	2	1	1		10	10	6	4																	
P2.T7	Обработка, обобщение и анализ данных	15	1	0	1		14	8	2	6		6	1														
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	8	4	4		82	74	39	35		6									2						
	Всего по дисциплине (час.):	108	8				100																	18			

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1.Лабораторные работы

не предусмотрено

4.2.Практические занятия

Таблица 4.2.1

Практически занятия для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1.T1	1,2	Теоретические основы методов сбора социальной информации	4
P1.T2	3,4	Выборка в социологическом исследовании	4
P1.T3	5,6	Понятие измерения социологической информации	4
P2.T4	7,8,9	Метод опроса	6
P2.T5	10,11,12	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	6
P2.T6	13,14	Методы анализа документов	4
P2.T7	15,16,17	Обработка, обобщение и анализ данных	6
Всего:			34

Таблица 4.2.2

Практические занятия для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2.T4	1	Метод опроса	2
P2.T5	2	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	2
P2.T6	3	Методы анализа документов	2
P2.T7	4	Обработка, обобщение и анализ данных	2
Всего:			8

Практически занятия для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании ДТО [ускоренная программа]

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2.T4	1	Метод опроса	1
P2.T5	1	Качественные методы исследования: метод наблюдения и социологический эксперимент	1
P2.T6	2	Методы анализа документов	1
P2.T7	2	Обработка, обобщение и анализ данных	1
Всего:			4

4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1.Примерный перечень тем домашних работ

Домашняя работа «Проведение социологического исследования»

Цель: отработать навыки проведения социологического исследования

Требования: разработать программу социологического исследования по любой интересной теме в рамках ГМУ, провести исследование выбранным методом, обработать полученные данные, сделать выводы, подготовить презентацию.

4.3.2.Примерный перечень тем графических работ

не предусмотрено

4.3.3.Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

не предусмотрено

4.3.4 Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов

не предусмотрено

4.3.5.Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

не предусмотрено

4.3.6.Примерный перечень тем расчетно-графических работ

не предусмотрено

4.3.7.Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

не предусмотрено

4.3.8.Примерная тематика контрольных работ

«Социальная информация в современном мире»

Цель: изучить понятие «социальной информации»

Написать творческую работу на любую из предложенных тем:

1. Отличия социальной и социологической информации.
2. Суть биологического подхода к определению информации.
3. Роль массовой информации в обыденной жизни человека.
4. Роль специальной социологической информации и обыденной жизни человека.
5. Чем отличается суть понятия «информация» сейчас и 100 лет назад?
6. Почему средства массовой информации (СМИ) называют четвертой властью?
7. Зачем применять выборочный метод?
8. Чем отличается измерение в социологии от измерения в математике?

4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов

не предусмотрено

5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1.T1					*		*				*	
P1.T2		*					*					
P1.T3					*		*					
P2.T4			*		*		*		*			
P2.T5					*		*				*	
P2.T6					*		*					
P2.T7					*		*		*			

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1.Рекомендуемая литература

9.1.1.Основная литература

1. Горшков М. Н. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / М. Н. Горшков, Ф. Э. Шереги // М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
2. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования / И. Ф. Девятко // М.: КДУ, 2010.
3. Елисеева И. И. Общая теория статистики: Учебник / И. И. Елисеева, М. М. Юзбашев // М.: Финансы и статистика, 2013.
4. Зборовский Г. Е. Общая социология: Курс лекций / Г. Е. Зборовский // М.: Градарики, 2004.
5. Зборовский Г. Е. Эмпирическая социология : учебник для вузов / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина ; Бюджетное учреждение высшего образования ХМАО – Югры

«Сургутский государственный педагогический университет» ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина». – Сургут [и др.] : РИО СурГПУ, 2016.

6. Ядов В. А. Социологические исследования. Методология, программа, методы. Изд. 2-ое. / Под ред. В. А. Ядова // М.: Наука, 2011.

9.1.2.Дополнительная литература

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований / Г. С. Батыгин // М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2008.
2. Белановский С. А. Метод фокус-групп / С. А. Белановский // М.: Никколо-Медиа, 2001.
3. Добренков В.И. Методы социологического исследования / В. И. Добренков, А. И. Кравченко // М.: Инфра-М, 2010.
4. Докторов Б. З. Лекции по истории изучения общественного мнения: США и Россия: учебное пособие / Б. З. Докторов // Екатеринбург: УрФУ, 2013.
5. Зборовский Г. Е. Прикладная социология: Учебное пособие для вузов / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина // М.: Градарики, 2006.
6. Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования. Учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов // М.: Дашков и Ко, 2014.
7. Култыгин В. П. Количественный и качественный анализ: органическое единство или автономия / В. П. Култыгин // Социологические исследования, 2004. №9. С. 3-14.
8. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии: Учебное пособие для вузов / О. Т. Мельникова // М.: Издательский центр «Академия», 2003.
9. Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Я. Л. Морено // М.: Академический Проект, 2004.
10. Нартов, Н. А. Социология. Учебник [Электронный ресурс] / Нартов Н. А. — М. : Юнити-Дана, 2012.
11. Ноель-Нойман Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии / Э. Ноель-Нойман // М.: Прогресс, 1978.
12. Полякова В. В., Шаброва Н.В. Основы теории статистики : учебное пособие / М-во образования и науки РФ Урал. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т государственного управления и предпринимательства].— 2-е изд., испр. и доп. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015.
13. Социологический энциклопедический словарь / Под ред. Г. В. Осипова. М.: Инфра-М-Норма, 2000.

9.2.Методические разработки

Не используются

9.3.Программное обеспечение

1. Программный продукт Microsoft Word
2. Программный продукт Microsoft Excel
3. Программный продукт Microsoft PowerPoint
4. Программа обработки статистической информации Vortex
5. Программа обработки статистической информации SPSS

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.isras.ru/socis.html> Журнал «Социологические исследования»
2. <http://journal.socio.msu.ru/> Журнал «Социология»
3. <http://ecsoc.hse.ru/> Журнал «Экономическая социология»

9.5. Электронные образовательные ресурсы

Каташинских В.С. «Теория и практика измерений». Режим доступа:
https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/733

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

1. Мультимедиа проектор – 1 шт.
2. Экран – 1 шт.
3. Доска маркерная – 1 шт.
4. Ноутбук - 1 шт.

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – ...[утверждается ученым советом института], в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены –...

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Посещение лекций</i>	5, 1-9	34
<i>Контрольная работа «Социальная информация в современном мире»</i>	5, 4	50
<i>Мини-контрольная работа «Виды социологических исследований»</i>	5, 8	16
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Посещение практических занятий</i>	5, 1-17	17
<i>Активная работа на практических занятиях</i>	5, 1-17	51
<i>Домашняя работа «Проведение социологического исследования»</i>	5, 15-16	32
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,0		

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 5	1,0

*В случае проведения промежуточной аттестации по дисциплине (экзамена, зачета) методом тестирования используются официально утвержденные ресурсы: АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ, имеющие статус ЭОР УрФУ; ФЭПО (www.fepo.rf); Интернет-тренажеры (www.i-exam.ru).

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

– Не используется.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий *Мини-контрольная работа «Виды социологических исследований»:*

Примерные тестовые задания:

1. Примером качественного метода социологического исследования является:
 1. анкетирование
 2. контент-анализ
 3. стандартизированное интервью
 4. фокус-группа
2. Какой метод социологического исследования используется при изучении такого объекта как мнение людей по поводу чего-либо?
 1. эксперимент
 2. контент-анализ
 3. опрос
 4. анализ документов
3. Данные, получаемые в процессе неструктурированного наблюдения, заносят в ...
 1. протокол наблюдения
 2. карту наблюдения
 3. бланк наблюдения
 4. кодификатор
4. Метод, который применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в коллективе - это ...
 1. социометрия
 2. семантический дифференциал
 3. социограмма
 4. опрос
5. Какие виды кейс-стади вы знаете?
 1. комплексный кейс
 2. мини-кейс
 3. макси-кейс
 4. множественный

8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий *не предусмотрено*

8.3.3. Примерные контрольные кейсы *не предусмотрено*

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета *не предусмотрено*

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

1. Понятие социальной информации
2. Понятие социологического исследования

3. Виды социологических исследований
4. Особенности количественных методов в социологии
5. Особенности качественных методов в социологии
6. Программа социологического исследования: методологический блок
7. Программа социологического исследования: методический и процедурный блоки
8. Понятие выборки. Виды выборки
9. Определение объема выборочной совокупности
10. Ошибки выборки
11. Понятие «измерения» в социологии
12. Шкалирование. Виды шкал
13. Качество социологической информации
14. Методы контроля качества первичной информации
15. Понятие документа в социологии. Требования к отбору документов
16. Традиционный анализ документов
17. Контент-анализ документов
18. Понятие наблюдения в социологии
19. Виды наблюдения
20. Понятие и особенности опроса как метода сбора первичной социологической информации
21. Виды опроса
22. Анкетирование как вид опроса
23. Виды вопросов в анкете
24. Основные правила формулировки вопросов
25. Интервью как вид опроса
26. Процедура проведения интервью
27. Фокус-группа как вид опроса
28. Социальный эксперимент. Квазиэксперимент
29. Обработка, обобщение и анализ данных
30. Структура и содержание отчета

8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации

не используются

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля

не используются

8.3.8. Интернет-тренажеры

не используются

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Уральский федеральный университет имени первого Президента России
 Б.Н.Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ**

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ	Код модуля 1133562
Образовательная программа Государственное и муниципальное управление	Код ОП 38.03.04/01.02.
Траектория образовательной программы (ТОП)	
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление	Код направления и уровня подготовки. 38.03.04
Уровень подготовки бакалавриат	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: 10.12.2014, № 1567

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Дидковская Яна Викторовна	К.социол. наук, доцент	доцент	Социологии и технологий государственного и муниципального управления	
2	Певная Мария Владимировна	К. социол. наук, доцент	доцент	Социологии и технологий государственного и муниципального управления	

Руководитель модуля

М.В. Певная

Рекомендовано учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 8 от 13.04.2016 г.

А.А. Яшин

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» входит в модуль «Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ» по направлению подготовки 38.03.04. «Государственное и муниципальное управление» и опирается на такие дисциплины как «Методы сбора социальной информации», «GR-технологии» и «Социальная и политическая реклама».

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» подразумевает освоение теории и практики пиар-деятельности в сфере государственного и муниципального управления. Содержание дисциплины раскрывает с научной точки зрения особенности современных подходов к управлению связями с общественностью, использования PR-технологий для развития адекватного и эффективного взаимодействия органов власти с различными группами общественности в рамках становления гражданского общества. Использование в ходе реализации дисциплины активных технологий обучения дает возможность студентам творчески сочетать знание теории с практическим освоением PR-деятельности.

1.2. Язык реализации программы – русский.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом обучения в рамках дисциплины является формирование у студента способности осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в сфере ГМУ (РО-11). Для этого в рамках курса у студента должны сформироваться следующие компетенции:

ПК-8 - способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования

ПК-9 - способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации

ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теоретико-методологические принципы управления связями с общественностью;
- специфику управления связями с общественностью в органах власти как регулирования информационно-коммуникативного взаимодействия власти и общества;
- основные PR-технологии, методы диагностики и формирования имиджа властных структур у различных целевых аудиторий

Уметь:

- использовать информационные ресурсы для анализа внешнего и внутреннего имиджа государственных и муниципальных структур;
- разрабатывать план пиар-кампании;
- организовывать и проводить пиар-кампанию, оценивать ее эффективность.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками анализа информационно-коммуникативной среды организации;
- пиар-технологиями для управления связями с общественностью в органах власти;
- методами и приемами разработки информационных материалов для СМИ и других целевых аудиторий;
- методами и приемами антикризисных коммуникаций.

1.4. Объем дисциплины

Таблица 1.4.1

Объем дисциплины для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	6
1.	Аудиторные занятия	68	68,00	68
2.	Лекции	34	34,00	34
3.	Практические занятия	34	34,00	34
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	22	10,20	22
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	80,53	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

Таблица 1.4.2

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	7
1.	Аудиторные занятия	12	12,00	12
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	8	8,00	8
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	78	1,80	78
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	16,3	108
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3

Таблица 1.4.3

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии [ускоренная программа]

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	3
1.	Аудиторные занятия	8	8,00	8
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	4	4,00	4
4.	Лабораторные работы			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	82	1,20	82
7.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э,18
8.	Общий объем по учебному плану, час.	108	11,53	108
9.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		2

*Контактная работа составляет:

в п/п 2,3,4 - количество часов, равное объему соответствующего вида занятий;

в п.5 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на консультации в группе (15% от объема аудиторных занятий) и объема времени, выделенного преподавателю на руководство курсовой работой/проектом одного студента, если она предусмотрена.

в п.6 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на проведение соответствующего вида промежуточной аттестации одного студента и объема времени, выделенного в рамках дисциплины на руководство проектом по модулю (если он предусмотрен) одного студента.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы	
P1.T1	Введение в связи с общественностью	Основные подходы к определению связей с общественностью. Содержание и функции PR деятельности. Основные виды PR. Соотношение PR с рекламой, пропагандой, маркетингом и журналистикой. Характерные черты и основные принципы PR-деятельности. Формула RACE.
P1.T2	История развития связей с общественностью	Исторические «источники» PR: риторика, реклама, ОМ. Основные этапы развития PR в мировом пространстве. Американский сценарий и основные этапы институционализации PR в США. История PR в Российской практике. Основные характеристики функционирования PACO.
P1.T3	Теория коммуникаций как основа Public Relations	Сущность коммуникации. Виды и типы коммуникации. Основные модели коммуникации. Барьеры на пути взаимопонимания в межличностной коммуникации. Свойства и закономерности коммуникативного пространства. Разнообразные средства межличностной коммуникации (слова, интонация, невербальные средства). Факторы эффективности коммуникации.
P1.T4	PR в системе государственного и	Нормативно-правовое регулирование ПР-деятельности в органах государственной власти. Основные направления

	муниципального управления	информационной работы в государственных учреждениях и организациях. Специфика организации управления связями с общественностью в органах власти. Основы работы пресс-служб сферы ГМУ.
P2	Технологии Public Relations	
P2.T5	Программа PR-кампании	Циклическая модель PR. Место и роль PR-кампании в PR-деятельности организации. Этапы PR-кампании: исследование, планирование, коммуникации, оценка эффективности. Методы исследований целевых аудиторий в PR. Разработка плана кампании. Специфика коммуникаций с аудиториями. Уровни и методы измерения эффективности кампании.
P2.T6	Технологии взаимодействия со СМИ	Классификация современных масс-медиа. Ключевые характеристики традиционных СМИ, информационных агентств и интернет-медиа. Особенности различных инструментов PR (пресс-релизы, бекграундеры, факт-листы, вопросы-ответы, ньюслеттеры, позишн пэйперы, фичеры, медиа-карта, информационный бюллетень, пресс-кит). Требования к их разработке, подготовке и эффективному использованию. Технологии по организации значимых событий и интегрированные спец. технологии. Проведение пресс-конференций.
P2.T7	Технологии работы с текстом	Основные методы анализа текстов в PR, алгоритм проведения контент-анализа материалов СМИ, Алгоритм качественного анализа текста. Методика оценки читабельности текста.
P2.T8	Формирование имиджа организации	Корпоративный имидж: понятие, виды, компоненты. «Зеркальный имидж». Внешний и внутренний имидж. Специфика имиджа организации у различных целевых аудиторий. Методы диагностики имиджа, приемы конструирования и коррекции. Фирменный стиль. Его компоненты.
P3	Основные направления PR в сфере ГМУ	
P3.T9	Управление общественным мнением	Общественное мнение, его сущность, свойства, влияние на социальную жизнь. Лидеры общ. мнения. Манипулирование общественным мнением - предпосылки, средства, границы. Этапы и алгоритм формирования ОМ. Концепция «спирали молчания». Стереотипы и их роль в формировании ОМ. Мифодизайн и его применение в рекламе и PR.
P3.T10	Политический PR. Избирательная кампания	Основные направления PR-деятельности в политике. Имидж политического лидера. Проблема манипулирования в политике, роль СМИ. Массовая и межличностная манипуляция. Избирательные технологии PR. Стратегия и тактика предвыборной борьбы. Политическая реклама. Имидж чиновника.
P3.T11	Антикризисные связи с общественностью	Основные PR классификации кризисов : по степени прогнозируемости, по динамике протекания, по источникам возникновения и последствиям. Основные этапы антикризисного PR. Правила «Тайленола». Типовой план действий при проявлении кризисной ситуации. Условия успешной коммуникации со СМИ в рамках антикризисного PR.
P3.T12	Спонсоринг и фандрейзинг	Характеристика некоммерческого сектора и основные тенденции в сфере благотворительности. Технологии организации целевых мероприятий. Технологии поиска ресурсов для реализации социальных проектов.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 3.1.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.): 18
Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия(час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																							
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции				Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовк а к промежуто чной аттестации по дисциплин е (час.)		Подготовк а в рамках дисциплин ы к промежуто чной аттестации по модулю (час.)	
				Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие		Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа *	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа *	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю			
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы	28	22	12	10		6	4		4																				
P1.T1	Введение в связи с общественностью	7	4	2	2		3	1		1														2	1					
P1.T2	История развития связей с общественностью	7	6	4	2		1	1		1																				
P1.T3	Теория коммуникаций как основа Public Relations	5	4	2	2		1	1		1																				
P1.T4	PR в системе государственного и муниципального управления	9	8	4	4		1	1		1																				
P2	Технологии Public Relations	32	22	10	12		10	4		4																				
P2.T1	Программа PR-кампании	7	6	4	2		1	1		1																				
P2.T2	Технологии взаимодействия со СМИ	7	6	2	4		1	1		1																				
P2.T3	Технологии работы с текстом	11	4	2	2		7	1		1		6	1																	
P2.T4	Формирование имиджа организации	7	6	2	4		1	1		1																				
P3	Основные направления PR в сфере ГМУ	30	24	12	12		6	6		6																				
P3.T1	Управление общественным мнением	9	8	4	4		1	1		1																				
P3.T2	Политический PR. Избирательная кампания	6	4	2	2		2	2		2																				
P3.T3	Антикризисные связи с общественностью	6	4	2	2		2	2		2																				
P3.T4	Спонсоринг и фандрейзинг	9	8	4	4		1	1		1																				
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	68	34	34	0	22	14	0	14	0	0	6,0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	2,0	0	0	В т.ч. промежуточная аттестация			0	
	Всего по дисциплине (час.):	108	68					40	В т.ч. промежуточная аттестация																	0	18	0	0	

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 1.4.2

Для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач.ед.): 18
Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																							
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации и по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)		
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы	28	4	2	2		24	22	8	14																				
P1.T1	Введение в связи с общественностью	10	2	2	0		8	6	2	4																				
P1.T2	История развития связей с общественностью	6	0	0	0		6	6	2	4																				
P1.T3	Теория коммуникаций как основа PR	8	2	0	2		6	6	2	4																				
P1.T4	PR в системе государственного и муниципального управления	4	0	0	0		4	4	2	2																				
P2	Технологии Public Relations	32	8	2	6		24	18	8	10																				
P2.T1	Программа PR-кампании	12	2	2	0		10	4	2	2		6	1																	
P2.T2	Технологии взаимодействия со СМИ	8	2	0	2		6	6	2	4																				
P2.T3	Технологии работы с текстом	6	2	0	2		4	4	2	2																				
P2.T4	Формирование имиджа организации	6	2	0	2		4	4	2	2																				
P3	Основные направления PR в сфере ГМУ	30	0	0	0		30	30	20	10																				
P3.T1	Управление общественным мнением	4	0	0	0		4	4	2	2																				
P3.T2	Политический PR. Избирательная кампания	10	0	0	0		10	10	6	4																				
P3.T3	Антикризисные связи с общественностью	6	0	0	0		6	6	4	2																				
P3.T3	Спонсоринг и фандрейзинг	10	0	0	0		10	10	8	2																				
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	12	4	8	0	78	70	36	34	0	0	6,0	6	0	0	0		0	0	0	0	0	2,0	0	0				
	Всего по дисциплине (час.):	108	12				96	В т.ч. промежуточная аттестация																	0	18	0	0		

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 1.4.3

Для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании ДТО [ускоренная программа]

Объем модуля (зач.ед.): 18
Объем дисциплины (зач.ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																						
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)				Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего (час.)		Лекция	Практ., семинар, занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы	21	3	2	1		18	16	8	8												2	1						
P1.T1	Введение в связи с общественностью	8	2	2	0		6	4	2	2												2	1						
P1.T2	История развития связей с общественностью	4	0	0	0		4	4	2	2																			
P1.T3	Теория коммуникаций как основа PR	5	1	0	1		4	4	2	2																			
P1.T4	PR в системе государственного и муниципального управления	4	0	0	0		4	4	2	2																			
P2	Технологии Public Relations	29	5	2	3		24	18	8	10			6	1															
P2.T1	Программа PR-кампании	6	2	2	0		4	4	2	2																			
P2.T2	Технологии взаимодействия со СМИ	7	1	0	1		6	6	2	4																			
P2.T3	Технологии работы с текстом	11	1	0	1		10	4	2	2			6	1															
P2.T4	Формирование имиджа организации	5	1	0	1		4	4	2	2																			
P3	Основные направления PR в сфере ГМУ	40	0	0	0		40	40	20	20																			
P3.T1	Управление общественным мнением	10	0	0	0		10	10	5	5																			
P3.T2	Политический PR. Избирательная кампания	10	0	0	0		10	10	5	5																			
P3.T3	Антикризисные связи с общественностью	10	0	0	0		10	10	5	5																			
P3.T4	Спонсоринг и фандрейзинг	10	0	0	0		10	10	5	5																			
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	8	4	4	0	82	74	36	38	0	0	6,0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,0	0	0					
	Всего по дисциплине (час.):	108	8				100	В т.ч. промежуточная аттестация																	0	18	0	0	

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Лабораторные работы

не предусмотрено

4.2. Практические занятия

Таблица 4.2.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы		
P1.T1	1	Введение в связи с общественностью	2
P1.T2	2	История развития связей с общественностью	2
P1.T3	3	Теория коммуникаций как основа Public Relations	4
P1.T4	4	PR в системе государственного и муниципального управления	2
P2	Технологии Public Relations		
P2.T1	5	Программа PR-кампании	4
P2.T2	6	Технологии взаимодействия со СМИ	4
P2.T3	7	Технологии работы с текстом	4
P2.T4	8	Формирование имиджа организации	4
P3	Основные направления PR в сфере ГМУ		
P3.T1	9	Управление общественным мнением	2
P3.T2	10	Политический PR. Избирательная кампания	2
P3.T3	11	Антикризисные связи с общественностью	2
P3.T4	12	Спонсоринг и фандрейзинг	2
Всего:			34

Таблица 4.2.2

Для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы		
P1.T3	3	Теория коммуникаций как основа Public Relations	2
P2	Технологии Public Relations		
P2.T2	6	Технологии взаимодействия со СМИ	2
P2.T3	7	Технологии работы с текстом	2
P2.T4	8	Формирование имиджа организации	2
Всего:			8

Таблица 4.2.3

Для студентов заочной формы обучения [ускоренная программа], в т.ч. при использовании ДТО [ускоренная программа]

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	Связи с общественностью: сущность и принципы		
P1.T3	1	Теория коммуникаций как основа Public Relations	1
P2	Технологии Public Relations		
P2.T2	1	Технологии взаимодействия со СМИ	1
P2.T3	2	Технологии работы с текстом	1
P2.T4	2	Формирование имиджа организации	1
Всего:			4

4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1.Примерный перечень тем домашних работ

Домашняя работа «Технология работы с текстом».

Цель – овладеть навыками анализа текстового материала (количественного и качественного), а также навыками разработки текстовых информационных материалов (пресс-релизов, ньюз-релизов, бэкграундеров и др.)

Требования:

- 1) Знать факторы читабельности текста
- 2) Уметь применять формулы читабельности для конкретного текста, уметь ее интерпретировать
- 3) Знать процедуру количественного анализа текста
- 4) Уметь разрабатывать карту контент-анализа текстовых сообщений
- 5) Владеть навыками количественного анализа текстовых сообщений, уметь интерпретировать результат и давать рекомендации
- 6) Знать специфику основных текстовых документов, разрабатываемых для СМИ и других целевых аудиторий
- 7) Уметь разрабатывать пресс и ньюз-релизы

4.3.2.Примерный перечень тем графических работ

не предусмотрено

4.3.3.Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

не предусмотрено

4.3.4 Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов

не предусмотрено

4.3.5.Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

не предусмотрено

4.3.6.Примерный перечень тем расчетно-графических работ

не предусмотрено

4.3.7.Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

не предусмотрено

4.3.8.Примерная тематика контрольных работ

Контрольная работа «Предмет, основные направления и история развития связей с общественностью»

Цель работы – получить представление о предметном поле связей с общественностью как научной дисциплины и практической деятельности, ознакомиться с основными направлениями пиар-деятельности и этапами развития PR в мире и в России.

Требования:

- 1) Знать основные подходы к предмету связей с общественностью, основных представителей в рамках каждого подхода, уметь выделить суть каждого подхода.
- 2) Знать предметные поля смежных с PR видов деятельности, уметь разграничить и выделить специфику PR в сравнении с другими коммуникативными дисциплинами
- 3) Иметь четкое представление о предпосылках возникновения и основных этапах развития PR в мировом пространстве и в России.

4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов не предусмотрено

5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1.Связи с общественностью: сущность и принципы												
P1.T1.Введение в связи с общественностью				*			*	*				
P1.T2.История развития связей с общественностью				*			*			*		
P1.T3.Теория коммуникаций как основа Public Relations		*			*		*	*				
P1.T4. PR в системе государственного и муниципального управления				*			*		*			
P2.Технологии Public Relations												
P2.T1. Программа PR-кампании	*				*		*	*			*	
P2.T2. Технологии взаимодействия со СМИ			*		*		*	*			*	
P2.T3. Технологии работы с текстом		*					*	*			*	
P2.T4. Формирование имиджа организации			*				*		*			
P3. Основные направления PR в сфере ГМУ												
P3.T1. Управление общественным мнением				*			*		*			
P3.T2. Политический PR. Избирательная кампания			*		*		*			*		
P3.T3. Антикризисные связи с общественностью		*	*				*	*				
P3.T4. Спонсоринг и фандрейзинг	*				*		*	*			*	

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1.Рекомендуемая литература

9.1.1.Основная литература

1. Гнитнев, А.И. Филь М.С. Современная пресс-служба / А.И. Гнитнев, М.С. Филь. М. : Высшее образование. 2010. 416 с.
2. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. Учебник [Электронный ресурс] / Кузнецов В. Ф. — М. : Аспект Пресс, 2009. — 304 с. — ISBN 978–5–7567–0538–6. — <URL:<http://www.biblioclub.ru/book/104082/>>
3. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти (Высшее образование. Бакалавриат)/ А.А. Марков. – М.: Инфра-М, 2014. – 102 с.
4. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика. Учебное пособие [Электронный ресурс]. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 319 с. <URL:<http://www.biblioclub.ru/book/104323/>>.
5. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба : учеб. пособие для вузов / Н. В. Четвертков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
6. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. Учебное пособие [Электронный ресурс]. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 199 с. — ISBN 978-5-7567-0598-0. — <URL:<http://www.biblioclub.ru/book/104079/>>

9.1.2.Дополнительная литература

1. . Алешина И. В. Поведение потребителей : учеб. пособие для вузов / И. В. Алешина. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. 384 с.
2. Антипов К. В. Паблик рилейшнз для коммерсантов : учеб.-практ. по-сobie / К. В. Антипов, Ю. К. Баженов. М.: Дашков и К°, 2000. 131 с.
3. Беленкова А. А. PRостой пиар / А. А. Беленкова. М.: НТ Пресс, 2006. 256 с.
4. Блэк К. Конкретный и конкурентный PR : прямое и эффект. рук. для спец. по PR, имиджу и рекламе: пер. с англ. / К. Блэк. М.: ЭКСМО, 2004. 270 с.
5. Браун Л. Имидж-путь к успеху: практ. пособие для мужчин и женщин: пер. с англ. / Л. Браун. СПб.: Питер, 2000.
6. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз: пер. с фр. / Ф. А. Буари. М.: ИМИДЖ-Контакт: Инфра-М, 2001. 178 с.
7. Бэрри Э. М. Карьера в рекламном агентстве: ваш рекламный портфель: пер. с англ. / Э. М. Бэрри. М.: ВНЕШСИГМА, 1997. 223 с.
8. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations : 215 примеров, 130 учеб. задач и 15 практ. приложений. В 2 ч. / И. Л. Викентьев. – 3-е изд. – СПб.: Бизнес-Пресса, 1998. – 238 с.
9. Гартон Э. Паблсити: жми сюда : пер. с англ. / Э. Гартон. 2-е изд. СПб.: Питер, 2003. 266 с.
10. Гладков П. В. Как стать губернатором. Алгоритм победы на выборах / П. В. Гладков, О. П. Кудинов. М.: “Люди”, 2000. 320 с.
11. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение: пер. с англ. / Б. Джи. СПб.: Питер, 2000. 224 с
12. Катернюк А. В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама: учеб. пособие для вузов / А. В. Катернюк. Ростов н/Д : Феникс, 2001. 320 с.
13. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз: учебник для вузов : пер. с укр. / В. Г. Королько. М.; Киев : Ваклер: Рефл-бук, 2003. 528 с.
14. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. В. Б. Боброва. М.: Прогресс, 1991. 733 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг 21 века: пер. с англ. / Ф. Котлер. СПб.: Нева, 2005. 425с.

16. Кузнецов М. А. Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему : учеб.-практ. пособие / М. А. Кузнецов, И. В. Цыкунов. М.: РИП-холдинг, 2002. 148 с.
17. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы: учеб. пособие для вузов / А. Н. Лебедев-Любимов. СПб.: Питер, 2004. 368 с.
18. Лисовский С. Ф. Избирательные технологии: история, теория, практика/ С. Ф. Лисовский, В. А. Евстафьев. М.: РАУ-Университет, 2000. 319 с.
19. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учеб. пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев. – М.; Новосибирск: ИНФРА-М: Сибир. соглашение, 2002. 229 с.
20. Музыкант В. Л. Подготовка к творческому конкурсу по журналистике : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. М.: РИП-Холдинг, 2000. 76 с
21. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике : учеб. пособие для вузов / В. Л. Музыкант. М. : АРМАДА-Пресс, 2002. 686 с.
22. Музыкант В. Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR: учеб. пособие / В. Л. Музыкант. М.: Экономистъ, 2004. 607 с.
23. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие для вузов / Т. В. Науменко. СПб. : Питер, 2005. 288 с.
24. Ольшевский А. С. Негативные PR - технологии / А. С. Ольшевский, А. С. Ольшевская. М. : Инфра-М, 2004. 327 с.
25. Паблик рилейшенз. Теория и практика: справочник: пер. с англ./ С. Катлип [и др.]. 8-е изд. М.: Изд. дом “Вильямс”, 2000. 614 с.
26. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса : учеб. пособие / Ассоц. авт. и издателей “ТАНДЕМ”. М.: ЭКМОС, 2001. 351 с.
27. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник для высш. и сред. спец. учеб. заведений / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. М.: Маркетинг, 1998. 241 с.
28. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. 2-е изд. М.: Финпресс, 2000. 240 с.
29. Политический PR. СПб.: Питер, 2003. 540 с.
30. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. М.; Киев: Рефл-бук : Ваклер, 2001. 576 с.
31. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. 2-е изд., испр. М.; Киев: Ваклер: Рефл-бук, 2001. 623 с.
32. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. М.; Киев: Рефл-бук: Ваклер, 2003. 651 с.
33. Почепцов Г. Информация & дезинформация / Г. Почепцов. Киев: Эльга Ника Центр, 2001. 256 с.
34. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход / ред.-сост. Д. Я. Райгородский. Самара: БАХРАХ-М, 2001. 762 с.
35. Рекламная деятельность : учебник для вузов / Ф. Г. Панкратов [и др.] ; Информ.-внедренч. центр “Маркетинг”. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Маркетинг, 2000. 364 с.
36. Ромат Е. В. Реклама : учебник для вузов / Е. В. Ромат. 4-е изд., перераб. и доп. СПб. : Питер, 2001. 496 с.
37. Росситер Д. Реклама и продвижение товаров : пер. с англ./ Д. Росситер, Л. Перси. СПб. : Питер, 2000. 651 с.
38. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : учеб. пособие для вузов / А. Ю. Русаков. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. — 219 с. — (Библиотека специалиста по связям с общественностью). 218 с.
39. Самые успешные PR-кампании в мировой практике : пер. с англ. / науч. ред.-сост. и авт. предисл. к рус. изд. : А. П. Ситников, И. В. Крылов. М. : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2002. 309 с.
40. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учебник для вузов / И. М. Синяева. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ, 2003. 414 с.

41. Старикова, Ю. А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз). Конспект лекций. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Старикова Ю. А. М. А-Приор, 2010. 95 с. <URL: <http://www.biblioclub.ru/book/56308/>>
42. Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. Информационная работа в государственном аппарате / Л.Я. Сухотерин, И.В. Юдинцев. Киров: ООО «Издательский дом «Товар–деньги–товар», 2004.
43. Титкова Л. М. Рекламная деятельность / Л. М. Титкова. Минск : Дизайн ПРО, 2005. 255 с.
44. Управление связями с общественностью : учеб. пособие / Е. М. Бортник [и др.]. М. : ФБК-ПРЕСС, 2002. 125 с.
45. Федотова Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе : учебник для студ. вузов по спец. “Связи с общественностью”/ Л. Н. Федотова. М. : Камерон, 2005. 483 с.
46. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России : учеб. пособие / О. А. Феофанов. СПб. : Питер, 2004. 377 с.
47. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М. : Дело, 2003. 495 с.
48. Шарков Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и соц. отношений, Кафедра связей с общественностью. М. : Трикта : Акад. проект, 2005. 299 с.
49. Шарков Ф. И. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов. В 2 ч. Ч. 1. Техника и технология сбора и обработки информации / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. М. : Изд. Дом “Соц. отношения” : Перспектива, 2002. 261 с.
50. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. СПб. : Паллада-медиа : СЗРЦ “РУСИЧ”, 2002. 443 с.

9.2.Методические разработки

1. Дидковская Я.В., Полухина М.В. Связи с общественностью: учебное пособие / Я.В. Дидковская, М.В. Полухина. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. 211 с.
2. Дидковская Я.В., Полухина М.В. Практические основы паблик рилейшенз: учебное пособие / Я.В. Дидковская, М.В. Полухина. Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2008. 71 с.

9.3.Программное обеспечение

1. Программный продукт Microsoft Word
2. Программный продукт Microsoft Exel
3. Программный продукт Microsoft PowerPoint

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.gumer.info> Библиотека Гумер – гуманитарные науки
2. <http://www.isras.ru/> Институт социологии РАН.
3. <http://www.socpolitika.ru/> Информационно-аналитический портал «Соцполитика»..
4. <http://wciom.ru/> ВЦИОМ.
5. <http://fom.ru/> Фонд «Общественное мнение».
6. <http://www.zircon.ru/> Исследовательская группа «Циркон».
7. <http://www.levada.ru/> «Левада-центр».
8. <http://www.sovetnik.ru/> Профессиональный пиарпортал «Советник».

9.5.Электронные образовательные ресурсы

Певная М.В. Связи с общественностью в органах власти: сетевой курс (среда Гиперметод).2014.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

5. Мультимедиа проектор – 1 шт.
6. Экран – 1 шт.
7. Доска маркерная – 1 шт.
8. Ноутбук - 1 шт.

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – ...[утверждается ученым советом института], в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены –...

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – Нет		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Посещаемость</i>	<i>6 семестр, 1-17 неделя</i>	<i>34</i>
<i>Ведение конспекта</i>	<i>6 семестр, 1 – 17 неделя</i>	<i>34</i>
<i>Контрольная работа «Предмет, основные направления и история развития связей с общественностью»</i>	<i>6 семестр, 8-я неделя</i>	<i>32</i>
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – Нет		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Выполнение практических проблемных заданий в подгруппах</i>	<i>6 семестр, 1 – 17 неделя</i>	<i>34</i>
<i>Выступление с докладами и презентациями, индивидуальная работа</i>	<i>6 семестр, 1 – 17 неделя</i>	<i>16</i>
<i>Домашняя работа «Технологии работы с текстом»</i>	<i>6 семестр, 14-я неделя</i>	<i>50</i>
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1,0		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,0		

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
6	1,0

*В случае проведения промежуточной аттестации по дисциплине (экзамена, зачета) методом тестирования используются официально утвержденные ресурсы: АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ, имеющие статус ЭОР УрФУ; ФЭПО (www.фэпо.рф); Интернет-тренажеры (www.i-exam.ru).

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

– НТК не используется.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий

не предусмотрено

8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий

не предусмотрено

8.3.3. Примерные контрольные кейсы

не предусмотрено

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

не предусмотрено

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

1. Анализ определений Public Relations (ПР)
2. ПР, маркетинг, реклама и журналистика
3. Развитие ПР в мировом пространстве
4. Особенности современного этапа развития ПР
5. Информационные материалы для СМИ.
6. Проведение пресс-конференции.
7. Презентации, выставки, экскурсии, пресс-туры.
8. Связи с общественностью как процесс. Этапы ПР-деятельности.
9. Теория коммуникаций. Символичность и визуальность коммуникативного пространства.
10. Теория коммуникаций. Событийность и мифологичность коммуникационного пространства
11. Закономерности коммуникативного пространства.
12. Виды коммуникаций и их особенности.
13. Общественное мнение. Понятие, специфические черты.
14. Способы изучения общественного мнения.
15. Формирование общественного мнения. Стереотипы.
16. Имидж и миссия фирмы. Структура имиджа организации.
17. Кризис как ЧП. Превентивные антикризисные меры.
18. Кризис как ЧП. Меры по выходу из кризисной ситуации.
19. Особенности коммуникаций в период кризиса.
20. «Правила «Тайленола» и исключения из них.
21. Кризис как конфликт. Факторы кризисной ситуации.
22. Имидж политического лидера: понятие, свойства, компоненты.
23. Роль СМИ в формировании имиджа политика.
24. Проблемы политических манипуляций. Понятие манипуляции как коммуникативного процесса: манипулятор – жертва.
25. Пресс-служба органов власти. Нормативно-правовые основания деятельности.
26. Методы и приемы манипулирования электоратом. Роль СМИ.
27. Избирательные технологии ПР. Временное планирование кампании.
28. Стратегия и тактика избирательной кампании.
29. Разработка программы. Исследовательская работа в ПР.
30. Разработка программы. Планирование ПР-кампании.
31. Разработка программы. Обеспечение коммуникации.
32. Разработка программы. Оценка эффективности.
33. Спонсоринг и фандрайзинг.

34. Возможности контент-анализа в ПР.
35. Технологии оценки эффективности ПР-деятельности.
36. Ключевые проблемы имиджа органов государственной исполнительной власти.
37. Нормативно-правовое регулирование информационной работы в сфере ГМУ.
38. Основы деятельности государственных пресс-служб.
39. Основные направления деятельности пиар-специалиста на государственной службе.
40. Основы информационной работы в органах государственной исполнительной власти в условиях кризиса.

8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации

не используются

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля

не используются

8.3.8. Интернет-тренажеры

не используются

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.
 Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
 СОЦИАЛЬНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА**

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Информационно-коммуникативные технологии в ГМУ	Код модуля 1133562
Образовательная программа Государственное и муниципальное управление	Код ОП 38.03.04/01.02.
Траектория образовательной программы (ТОП)	
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление	Код направления и уровня подготовки. 38.03.04
Уровень подготовки бакалавриат	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: 10.12.2014, № 1567

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Салтанова Наталья Матвеевна	-	Преподаватель- лектор	Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга	
2	Русаков Андрей Геннадиевич	-	Старший преподаватель	Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга	

Руководитель модуля

М.В. Певная

Рекомендовано учебно-методическим советом

Института государственного управления и предпринимательства

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 8 от 13.04.2016 г.

А.А. Яшин

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ СОЦИАЛЬНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина «Социальная и политическая реклама» относится к модулю «Информационно-коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении» вариативной части ВУЗа по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Цель данного курса - дать студентам понятие о социальной и политической рекламе, привить навыки планирования и ведения рекламной кампании социальной или политической направленности, научить анализу социальных и политических кампаний и акций, проведенных либо проводимых в будущем в нашей стране и за рубежом.

Студенты, основываясь на знаниях о рекламе и социальной, политической рекламе, на принципах и функциях социальной, политической рекламы, учатся дифференцировать социальную, политическую и коммерческую рекламу, вычленять типы социальной рекламы (реклама публичная, общественная, государственного института, некоммерческой организации и т.п.), а также типы политической рекламы. Студенты, имея представления о средствах и инструментах социальной и политической рекламы, технологиях ее производства и размещения, учатся составлять краткий план рекламной кампании социальной или политической направленности, создавать социальные или политические плакаты, аудио и видеоролики, учатся размещать социальную или политическую рекламу на различных видах и типах рекламных носителей.

Студенты учатся распознавать идеологические и психологические аспекты социальной и политической рекламы, видеть связь социальной и политической рекламы с институтами и процессами формирования гражданского общества, оценивать эффективность социальной и политической рекламы, различать между собой социальную и политическую рекламу, разграничивать их с пропагандой.

1.2. Язык реализации программы – русский.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результат обучения в рамках дисциплины: способность осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в сфере ГМУ (**РО-11**).

Для этого в рамках курса у студента должны сформироваться следующие компетенции:

ПК-8 - способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования;

ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

ПК-26 - владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические понятия, принципы и функции социальной и политической рекламы как информационно-коммуникационной технологии в профессиональной деятельности;
- основных технологии социальной и политической рекламы как инструмента формирования и продвижения имиджа.

Уметь:

- анализировать социальные и политические кампании и акции, проведенные либо проводимые в будущем в нашей стране и за рубежом;
- дифференцировать социальную, политическую и коммерческую рекламу, вычленять типы социальной рекламы (реклама публичная, общественная государственного института, некоммерческой организации и т.п.).

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- в области составления краткого плана рекламной кампании социальной или политической направленности;
- в области планирования и ведения рекламной кампании социальной или политической направленности.

1.4. Объем дисциплины

Таблица 1.4.1

Объем дисциплины для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т. ч. контактная работа (час.) *	6
1.	Аудиторные занятия	51	51,00	51
2.	Лекции	17	17,00	17
3.	Практические занятия	34	34,00	34
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	39	7,65	39
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э, 18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	60,98	108
8.	Общий объем по учебному плану, з. е.	3		3

Таблица 1.4.2

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т. ч. контактная работа (час.) *	7
1.	Аудиторные занятия	12	12,00	12
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	8	8,00	8
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	78	1,80	78
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э, 18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	16,13	108
8.	Общий объем по учебному плану, з. е.	3		3

Таблица 1.4.3

Объем дисциплины для студентов заочной формы обучения (ускоренная программа), в т. ч. при использовании дистанционной образовательной технологии (ускоренная программа)

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)
		Всего часов	В т. ч. контактная работа (час.) *	3
1.	Аудиторные занятия	8	8,00	8
2.	Лекции	4	4,00	4
3.	Практические занятия	4	4,00	4
4.	Лабораторные работы	-	-	-
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	82	1,20	82
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	Э, 18
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	11,53	108
8.	Общий объем по учебному плану, з. е.	3		3

*Контактная работа составляет:

в п/п 2,3,4 - количество часов, равное объему соответствующего вида занятий;

в п.5 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на консультации в группе (15% от объема аудиторных занятий) и объема времени, выделенного преподавателю на руководство курсовой работой/проектом одного студента, если она предусмотрена.

в п.6 – количество часов, равное сумме объема времени, выделенного преподавателю на проведение соответствующего вида промежуточной аттестации одного студента и объема времени, выделенного в рамках дисциплины на руководство проектом по модулю (если он предусмотрен) одного студента.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1		Социальная реклама
P1.T1	Теория социальной рекламы	Введение в социальную рекламу. Обзор терминологии. Принципы и функции социальной рекламы. Социальная реклама как составная часть теории коммуникации. Краткая история социальной рекламы. Обзор советского, российского и зарубежного опыта социальной рекламы. Принципы и функции социальной рекламы. Социальная реклама как разновидность рекламы. Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в социальной рекламе.
P1.T2	Технологии социальной рекламы	Связь социальной рекламы с институтами и процессами формирования гражданского общества. Связь социальной рекламы с: государством, политическими партиями, центрами публичной политики, бизнесом, структурами местного самоуправления, III сектором (в том числе – правозащитными и экологическими организациями). Эффективность социальной рекламы. Технологии производства и размещения социальной рекламы. Виды и типы рекламных носителей.

		<p>Формирование рынка социальной рекламы в России.</p> <p>Социальная реклама и пропаганда. Социальная реклама и пропаганда: граница различий.</p> <p>Шок в социальной рекламе: границы допустимого, первичные и вторичные последствия.</p> <p>Анализ социальных рекламных кампаний и акций, проведенных в России и за рубежом.</p>
P2	Политическая реклама	
P2.T1	Теория политической рекламы	<p>Введение в политическую рекламу. Обзор терминологии. Принципы и функции политической рекламы. Политическая реклама как составная часть электоральной коммуникации. Политическая кампания и ее пропагандистское обеспечение.</p> <p>Краткая история политической рекламы. Обзор советского, российского и зарубежного опыта политической рекламы.</p> <p>Принципы и функции политической рекламы. Политическая реклама как разновидность рекламы. Позиционирование политической рекламы в средствах массовой коммуникации. Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в политической рекламе.</p>
P2.T2	Технологии политической рекламы	<p>Связь политической рекламы с институтами и процессами формирования гражданского общества. Сопровождение избирательной кампании политической рекламой.</p> <p>Эффективность политической рекламы. Формирование имиджа политика средствами политической рекламы. Эффективное позиционирование имиджа политического лидера. Технологии производства и размещения политической рекламы. Виды и типы рекламных носителей.</p> <p>Формирование рынка политической рекламы в России.</p>

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 3.1.1

Для студентов очной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач. ед.): 12
Объем дисциплины (зач. ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																							
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)		
								Всего (час.)	Лекция	Практ. семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер. коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
P1.T1	Теория социальной рекламы.	20	12	3	9		8	8	3	5																				
P1.T2	Технологии социальной рекламы	28	14	6	8		14	8	4	4			6	1																
P2.T1	Теория политической рекламы	20	12	3	9		8	8	3	5																				
P2.T2	Технологии политической рекламы	22	13	5	8		9	7	3	4													2	1						
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	51	17	34	0	39	31	13	18	0	0	6	6	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0					
	Всего по дисциплине (час.):	108	51	57			57	В т.ч. промежуточная аттестация															0	18	0	0				

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 3.1.2

Для студентов заочной формы обучения, в т.ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Объем модуля (зач. ед.): 12
Объем дисциплины (зач. ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)	Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																										
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции			Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)		
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		Всего (час.)	Лекция	Практ. семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
P1.T1	Теория социальной рекламы.	22	3	1	2		19	19	8	11																				
P1.T2	Технологии социальной рекламы	23	3	1	2		20	20	8	12																				
P2.T1	Теория политической рекламы	22	3	1	2		19	19	8	11																				
P2.T2	Технологии политической рекламы	23	3	1	2		20	20	8	12																				
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	12	4	8	0	78	78	32	46	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0	0					
	Всего по дисциплине (час.):	108	12	12			96	В т.ч. промежуточная аттестация															0	18	0	0				

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

Таблица 3.1.3

Для студентов заочной формы обучения (ускоренная программа), в т. ч. при использовании ДТО (ускоренная программа)

Объем модуля (зач. ед.): 12
Объем дисциплины (зач. ед.): 3

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																							
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)			
								Всего (час.)	Лекция	Практ. семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*			Коллоквиум*		
P1.T1	Теория социальной рекламы.	22	2	1	1		20	20	8	12																Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю	
P1.T2	Технологии социальной рекламы	22	2	1	1		20	20	8	12																				
P2.T1	Теория политической рекламы	22	2	1	1		20	20	8	12																				
P2.T2	Технологии политической рекламы	24	2	1	1		22	22	8	14																				
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	8	4	4	0	82	82	32	50	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0	0						
	Всего по дисциплине (час.):	108	8	8			100	В т.ч. промежуточная аттестация																			0	18	0	0

*Суммарный объем в часах на мероприятие указывается в строке «Всего (час.) без учета промежуточной аттестации»

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Лабораторные работы

Не предусмотрено.

4.2. Практические занятия

Таблица 4.2.1

Для студентов очной формы обучения,
в т. ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	1	Введение в социальную рекламу.	3
P1	2	Краткая история социальной рекламы	3
P1	3	Принципы и функции социальной рекламы.	3
P1	4	Связь социальной рекламы с институтами и процессами формирования гражданского общества.	3
P1	5	Эффективность социальной рекламы.	3
P1	6	Социальная реклама и пропаганда.	2
P2	7	Политическая реклама как составная часть электоральной коммуникации.	2
P2	8	Политическая кампания и ее пропагандистское обеспечение.	2
P2	9	Позиционирование политической рекламы в средствах массовой коммуникации.	2
P2	10	Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в политической рекламе.	2
P2	11	Сопровождение избирательной кампании политической рекламой.	3
P2	12	Эффективность политической рекламы.	3
P2	13	Формирование имиджа политика средствами политической рекламы.	3
Всего:			34

Таблица 4.2.2

Для студентов заочной формы обучения,
в т. ч. при использовании дистанционной образовательной технологии

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	1	Введение в социальную рекламу. Принципы и функции социальной рекламы.	2
P1	2	Эффективность социальной рекламы.	2
P2	3	Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в политической рекламе.	2
P2	4	Эффективность политической рекламы. Формирование имиджа политика средствами политической рекламы.	2
Всего:			8

Таблица 4.2.3

Для студентов заочной формы обучения (ускоренная программа),
в т. ч. при использовании ДТО (ускоренная программа)

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	1	Введение в социальную рекламу. Принципы и функции социальной рекламы.	1
P1	1	Эффективность социальной рекламы.	1
P2	2	Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в политической рекламе.	1
P2	2	Эффективность политической рекламы. Формирование имиджа политика средствами политической рекламы.	1
Всего:			4

4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

1. Сформулировать собственное понимание термина «социальная реклама».
2. Описать примеры использования социальной рекламы в СССР.
3. Составить сравнительную таблицу функций рекламы.
4. Сформулировать собственное отношение к социальной рекламе как деятельности конкретных политических субъектов.
5. Привести и описать примеры взаимодействия социальной рекламы и политики, бизнеса, сектора.
6. На основе рекомендованной литературы выделить примеры манипулирования технологиями социальной рекламы.
7. Взять один из примеров использования социальной рекламы и сделать краткий план рекламной кампании.
8. Сделать обзор измерения инструментов эффективности в коммерческой, политической и социальной рекламе.

4.3.2. Примерный перечень тем графических работ

Не предусмотрено.

4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Не предусмотрено.

4.3.4. Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов

Не предусмотрено.

4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

Не предусмотрено.

4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ

Не предусмотрено.

4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено.

4.3.8. Примерная тематика контрольных работ

1. Что имеет в виду Ж. Сегела, указывая, что электорат голосует прежде всего за человека, а не за партию.
2. Какие материалы из области политических PR Вам запомнились более всего? Приведите примеры.

3. Можно ли согласиться с И. Петровской («Известия»), что чрезмерное усердие журналистов и имиджмейкеров может основательно подпортить репутацию политика?
4. Проанализируйте этапы подготовки выборной кампании.
5. Согласны ли вы с утверждением, что политическая культура кандидата концентрирования проявляется в его предвыборной программе?
6. Какие элементы включают в себя основные типы харизмы? Почему харизматические лидеры особенно востребованы в странах с неэффективно работающей экономической системой?
7. Опишите предпочтительные роли российского политика, присутствующие в политической рекламе.
8. В чем суть и особенности электоральных исследований и их использование в политической рекламе?

4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов

Не предусмотрено.

5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1		*	*	*	*	*						
P2		*	*	*	*	*						

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

9.1.1. Основная литература

1. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Дмитриева Л. М. — М. : Юнити-Дана, 2012. — 272 с. — (Азбука рекламы). — <URL:<http://www.biblioclub.ru/book/118141/>>. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
2. Кузнецов, П. А. Социальная реклама. Теория и практика. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Кузнецов П. А. — М. : Юнити-Дана, 2012. — 176 с. — <URL:<http://www.biblioclub.ru/book/118144/>>. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
3. Мандель, Борис Рувимович. Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / Б. Р. Мандель. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012. — 300, [1] с. : ил. — (Вузовский учебник). — Допущено Учеб.-метод. об-нием вузов России по образованию в обл. коммерции. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>

9.1.2. Дополнительная литература

1. Гринберг, Татьяна Эдуардовна. Политические технологии: ПР и реклама : [учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика"] / Т. Э. Гринберг. — М. : Аспект Пресс, 2006. — 317 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
2. Егорова-Гантман, Е. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков. — М. : Никколо-Медиа, 2002. — 237 с. : ил.
3. Кузнецов П. А. Социальная реклама. Теория и практика : [учеб. пособие для вузов по специальностям 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью"] / П. А. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 175 с. : ил. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
4. Кузнецов, Павел Александрович. Политическая реклама. Теория и практика : [учеб. пособие для вузов по специальностям 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью"] / П. А. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 127 с. — Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник". <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
5. Ляпина, Татьяна Валентиновна. Политическая реклама / Т. В. Ляпина. — Киев : Альтерпрес : ВИРА-Р, 2000. — 152 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
6. Мандель Б. Р. Социальная реклама : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. — М. : Литера, 2010. — 318 с. : ил. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
7. Марков, Самуил. PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. — Ростов-на-Дону ; СПб. : Феникс : Северо-Запад, 2005. — 432 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
8. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз - средство социальной коммуникации (теория и практика) / В. А. Моисеев. — Киев : Дакор, 2002. — 501 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
9. Морозова И. Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства : Учеб. пособие / И. Г. Морозова. — М. : Гелла-принт, 2002. — 268 с. : ил. — (Рекламные технологии). — Рек. Учеб. -метод. объединением для

- вузов по спец. 350700 - "реклама"
- <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
10. Музыкант, Валерий Леонидович. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике : Учеб. пособие по специальностям: "реклама", "публич. релейшнз", "маркетинг", "журналистика" / В. Л. Музыкант. — М. : Армада-пресс, 2002. — 688 с. : ил. — Рек. М-вом образования РФ. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 11. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама" / Г. Г. Николайшвили. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 180, [1] с. : ил. — Допущено Учеб.-метод. об-нием РФ. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 12. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Георгий Почепцов. — М. : Центр, 2004. — 252, [1] с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 13. Савельева О. О. Живая история российской рекламы / О. О. Савельева. — М. : Гелла-принт, 2004. — 253 с. : ил. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 14. Селиверстов С. Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом / Селиверстов С. Э. — Самара : Бахрах-М, 2006. — 288 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 15. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : Учебное пособие / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 16. Соколов А. В. Социальные коммуникации : Учеб.-метод. пособие. Ч. 2 / А. В. Соколов. — М. : Профиздат, 2003. — 168 с. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 17. Социальная реклама : [учеб. пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" и 030602 "Связи с общественностью" / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Бернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 270, [1] с. : ил. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>
 18. Ученова В. В. Социальная реклама. Вчера, сегодня, завтра : [учеб. пособие для вузов по специальности 350700 - Реклама] / В. В. Ученова, Н. В. Старых. — М. : ИндексМедиа, 2006. — 303 с. : ил. — Рек. Учеб.-метод. об-нием по рекламе. <http://opac.urfu.ru/usu/zgate?form+14385+usu.xml+simple.xml+rus>

9.2. Методические разработки

Не используются.

9.3. Программное обеспечение

1. Программный продукт Microsoft Word
2. Программный продукт Microsoft Excel
3. Программный продукт Microsoft PowerPoint
4. Программный продукт Vortex

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
2. Электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
3. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
4. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

9.5. Электронные образовательные ресурсы

Не используются.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

9. Мультимедиа проектор – 1 шт.

10. Экран – 1 шт.

11. Доска маркерная – 1 шт.

12. Ноутбук - 1 шт.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
к рабочей программе дисциплины

6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – ...[утверждается ученым советом института], в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрены

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение лекционных занятий	6 семестр, 1-17 учебная неделя	34
Контрольная работа	6 семестр, 15-16 учебная неделя	66
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,6		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,4		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение практических занятий	6 семестр, 1-17 учебная неделя	34
Активная работа на практических занятиях	6 семестр, 1-17 учебная неделя	34
Домашняя работа	6 семестр, 7-8 учебная неделя	32
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1,0		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,0		

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 6	1,0

*В случае проведения промежуточной аттестации по дисциплине (экзамена, зачета) методом тестирования используются официально утвержденные ресурсы: АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ, имеющие статус ЭОР УрФУ; ФЭПО (www.fepo.rf); Интернет-тренажеры (www.i-exam.ru).

7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

– НТК не используется.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий

Не предусмотрено.

8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий

Не предусмотрено.

8.3.3. Примерные контрольные кейсы

Не предусмотрено.

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

Не предусмотрено.

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

1. Введение в социальную рекламу.
2. Обзор терминологии.
3. Принципы и функции социальной рекламы.
4. Социальная реклама как составная часть теории коммуникации.
5. Краткая история социальной рекламы
6. Обзор советского, российского и зарубежного опыта социальной рекламы.
7. Принципы и функции социальной рекламы
8. Социальная реклама как разновидность рекламы.
9. Виды, средства и инструменты рекламы, и их применение в социальной рекламе.
10. Связь социальной рекламы с институтами и процессами формирования гражданского общества.
11. Связь социальной рекламы с: государством, политическими партиями, центрами публичной политики, бизнесом, структурами местного самоуправления, III сектором (в том числе – правозащитными и экологическими организациями).
12. Эффективность социальной рекламы.
13. Технологии производства и размещения социальной рекламы.
14. Виды и типы рекламных носителей.
15. Формирование рынка социальной рекламы в России.
16. Социальная реклама и пропаганда.
17. Социальная реклама и пропаганда: граница различий
18. Шок в социальной рекламе: границы допустимого, первичные и вторичные последствия.
19. Анализ социальных рекламных кампаний и акций, проведенных в России и за рубежом.
20. Отличие политической рекламы от коммерческой.
21. Политической реклама, PR и пропаганда.
22. Устная политическая реклама.
23. Политическая радиореклама.
24. Сувенирная продукция как политическая реклама.
25. Факторы искажения восприятия политического рекламного сообщения.
26. Коммуникативные функции политической рекламы.
27. Информационная функция политической рекламы.
28. Виды политической рекламы.

29. Технологические требования к созданию политической рекламы.
30. Создание сообщений в политической рекламе.
31. Аргументация в политической рекламе.
32. Символика, используемая в политической рекламе.
33. Доверие как источник убеждения в политической рекламе.
34. Негативная политическая реклама.
35. Закономерности в дизайне политической рекламы.
36. Реактивные процессы.
37. Структура политического образа и политическая реклама.
38. Образ и установка в политической рекламе.
39. Образы и стереотипы в политической рекламе.
40. Факторы, влияющие на «работу» политических образов.
41. Манипуляция образами и стереотипами в политической рекламе.
42. Основные виды стратегий рекламной кампании.

8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации

Не используются.

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля

Не используются.

8.3.8. Интернет-тренажеры

Не используются.