



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института Цифровых технологий и
экономики

_____ Торкунова Ю.В.

«26» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность(и) (профиль(и)) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Программу разработал(и):

доцент, к. филос. н _____ Авдошин Г.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Философия и медиакоммуникации, протокол №21 от 21.10.2020

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры Философия и медиакоммуникации, протокол № _____ от _____

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики

_____/_____/

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики
протокол № 2 от 26.10.2020

Согласовано:

Руководитель ОПОП _____ / _____ /

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» является формирование представлений о рекламе и связях с общественностью как самостоятельной творческой и управленческой деятельности.

1. изучение теоретических принципов рекламы и связей с общественностью;
2. приобретение навыков организационной и творческой работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<i>Знать:</i> Особенности составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью <i>Уметь:</i> готовить рекламные и PR-тексты различных жанровых форматов <i>Владеть:</i> навыками составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<i>Знать:</i> основные закономерности и законы развития общественных и государственных институтов <i>Уметь:</i> создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства <i>Владеть:</i> навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знать:</i> основные достижения отечественной и мировой культуры <i>Уметь:</i> использовать знания в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью <i>Владеть:</i> навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	<i>Знать:</i> этические принципы, принятые профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью <i>Уметь:</i> создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами <i>Владеть:</i> навыками соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности с деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью
Универсальные компетенции (УК)		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Знает способы и нормы командной работы, принципы лидерства и социального взаимодействия	<i>Знать:</i> основные принципы, способы и нормы социального взаимодействия <i>Уметь:</i> работать и сотрудничать в команде <i>Владеть:</i> навыками проявления лидерских качеств
	УК-3.3 Владеет навыками участия в командной работе, в социальных проектах, распределения ролей в условиях командного взаимодействия	<i>Знать:</i> знает основы работы в коллективе <i>Уметь:</i> выполнять ролевые функции в коллективе <i>Владеть:</i> навыками реализации социальных проектов

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
УК-1	Основы экономики	

УК-2		Менеджмент Учебная практика (технологическая) Математическое моделирование рекламной кампании Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
УК-2	Проектная деятельность	
УК-3		Менеджмент Основы теории коммуникации Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
УК-3	Этика делового общения Проектная деятельность	
УК-4		Учебная практика (технологическая)
УК-5	Этика делового общения Основы журналистики	
УК-5		Основы теории коммуникации
УК-6		Производственная практика (профессионально-творческая)
ОПК-1		Учебная практика (технологическая) Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
ОПК-1	Основы журналистики	
ОПК-2		Математическое моделирование рекламной кампании Основы теории коммуникации
ОПК-4	Основы журналистики	
ОПК-4		Учебная практика (технологическая) Организация и проведение рекламных и PR-кампаний
ОПК-5		Учебная практика (технологическая)
ОПК-6	Современные мультимедийные технологии Основы экономики	
ОПК-6		Учебная практика (технологическая)
ОПК-7	Этика делового общения	
ПК-1		Производственная практика (профессионально-творческая) PR-отдел коммерческой организации Аудио-визуальные технологии в рекламе и PR Формирование имиджа предприятия в сфере энергетики Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций Технологии производства рекламного продукта
ПК-3		Формирование имиджа предприятия в сфере энергетики

ПК-2	Проектирование коммуникационных кампаний коммерческих организаций Технологии производства рекламного продукта
------	--

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

До изучения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции или их составляющие:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 91 час составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 34 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 52 час., групповые и индивидуальные консультации 2 час., прием экзамена (КПА) - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 90 час. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 21,6 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	91	91
Лекционные занятия (Лек)	34	34
Лабораторные занятия (Лаб)	52	52
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*	2	2
Консультации (Конс)	2	2
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	90	90
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (экзамен)	35	35
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	Эк	Эк

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС								Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе	
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Лабораторные работы	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	подготовка к промежуточной аттестации	Сдача зачета / экзамена						Итого
Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в современном обществе															
1. Роль и современные функции связей с общественностью. Определение PR.	3	4								4	УК-3.1 -У1, УК-3.3 -В1, ОПК-3.1-31, ОПК-3.1-У1, ОПК-3.1-В1, ОПК-2.2-31, УК-3.1 -31	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Тест		2
2. Место связей с общественностью в современных бизнес- процессах, взаимосвязь с маркетингом. Интегрированные маркетинговые коммуникации	3			6		10				16	УК-3.1 -У1, УК-3.1 -В1, УК-3.3 -У1, ОПК-2.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Тест		2
Раздел 2. История развития рекламы и связей с общественностью															
3. История развития рекламы и связей с общественностью	3	4				6				10	УК-3.1 -У1, ОПК-2.2-31	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Эссе		4

4. Основные модели развития связей с общественностью.	3			6					6	УК-3.1-У1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Доклад	4
Раздел 3. Профессиональные объединения по связям с общественностью													
5. Международные объединения специалистов по связям с общественностью	3	4				10			14	УК-3.1-У1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Письм. раб.	4
6. Российские объединения специалистов по связям с общественностью	3			6					6	УК-3.1-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Доклад	4
Раздел 4. Этика и профессиональные стандарты в рекламе и связях с общественностью													
7. Значимость и важность этических принципов в связях с общественностью	3	4							4	УК-3.1-У1, УК-3.3-В1, УК-3.3-У1, ОПК-7.2-В1, ОПК-7.2-У1, ОПК-7.2-31	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Эссе	4
8. Виды кодексов профессионального поведения специалиста по связям с общественностью.	3			6		10			16	УК-3.1-У1, УК-3.3-У1, ОПК-7.2-В1, ОПК-7.2-У1, ОПК-7.2-31	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Доклад	4
Раздел 5. Коммуникации в связях с общественностью и рекламе													

9. Коммуникации и их сущность	3	4							4	УК-3.1-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Письм. раб.		4
10. Главные компоненты коммуникации: получатель и отправитель сообщения, содержание сообщения, средство (канал) передачи сообщения.	3			6	10				16	УК-3.1-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5			4
Раздел 6. Организационное построение PR-структур и рекламных отделов														
11. Структура PR - службы компании	3	6			10	2			18	УК-3.1-У1, УК-3.3-У1, УК-3.1-31, ОПК-2.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Письм. раб.		4
12. Понятие PR-кампании	3			10	12				22	УК-3.1-31, УК-3.1-У1, УК-3.3-У1, ОПК-2.2-В1, ОПК-3.1-В1, ОПК-3.1-У1, ОПК-3.1-31	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Деловая игра		4
Раздел 7. Технологии современной рекламы и связей с общественностью														

13. Основные этапы процесса «паблик рилейшенз».	3	4				12					16	УК-3.1-У1, ОПК-1.2-В1, ОПК-1.2-У1, ОПК-1.2-31, ОПК-2.2-У1, ОПК-3.1-В1, ОПК-3.1-У1, ОПК-3.1-31	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Деловая игра		4
14. Виды рабочих мероприятий в связях с общественностью и рекламе	3			6						6	УК-3.1-У1, УК-3.3-В1, УК-3.1-31, ОПК-1.2-У1, ОПК-2.2-В1, ОПК-3.1-В1, ОПК-3.1-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Деловая игра		4	
Раздел 8. Современный специалист по рекламе и связям с общественностью																

15. Специалист по рекламе и связям с общественностью	3	4						1	5	УК-3.1-31, УК-3.1-У1, УК-3.3-В1, УК-3.3-У1, ОПК-1.2-В1, ОПК-1.2-У1, ОПК-1.2-31, ОПК-2.2-У1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Письм. раб.		4	
16. Круг обязанностей PR-специалиста.	3			6		10			18	УК-3.1-31, УК-3.1-У1, УК-3.3-В1, УК-3.3-У1, ОПК-1.2-В1, ОПК-1.2-У1, ОПК-2.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Эссе		4	
Экзамен															40
ИТОГО		34		52		90	2	35	1	216				100	

3.3. Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Современные технологии связей с общественностью. Роль и современные функции связей с общественностью. Определение PR.	4
2	История развития рекламы и связей с общественностью в США и Европе.	4
3	Международные объединения специалистов по связям с общественностью	4

4	Значимость и важность этических принципов в связях с общественностью	4
5	Определение коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации.	4
6	Структура PR-службы компании. Положение PR-службы в компании. PR-службы в госструктурах. Основные направления деятельности отдела по работе со СМИ. Пресс-секретарь: функции и специфика деятельности.	6
7	Классификация документов в СО. Основные этапы эволюции взаимоотношений со СМИ. Понятия «общественно значимая информация», «новостной повод». Функции и задачи PR-специалиста и пресс-секретаря.	4
8	Основные качества специалиста по рекламе и связям с общественностью	4
Всего		34

3.4. Тематический план практических занятий

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

3.5. Тематический план лабораторных работ

Номер раздела дисциплины	Темы лабораторных работ	Трудоемкость, час.
1	Интегрированные маркетинговые коммуникации; преимущества использования интегрированных маркетинговых коммуникаций.	6
2	Основные модели развития связей с общественностью.	6
3	Российские объединения специалистов по связям с общественностью	6
4	Виды кодексов профессионального поведения специалиста по связям с общественностью. Российский кодекс этических принципов специалиста по PR	2
5	Понятие конфиденциальной информации. Защита конфиденциальной информации.	4
6	Главные компоненты коммуникации: получатель и отправитель сообщения, содержание сообщения, средство (канал) передачи сообщения.	6
7	Понятие PR-кампании. Типы PR – кампании. Способы воздействия PR-кампаний на аудиторию. Планирование PR-кампании: исследование, планирование, коммуникация, оценка (RACE). Целевая аудитория PR-кампании.	10
8	Виды рабочих мероприятий в СО. Цели организации и участия в специальных мероприятиях. Финансирование специальных мероприятий.	6
9	Круг обязанностей PR-специалиста. PR-менеджер. Пресс-секретарь. Копирайтер. Директор PR (рекламного) агентства	6
Всего		52

3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.

1	Коммуникации как интегральный инструмент управления	Тесты	10
2	История рекламы и связей с общественностью в России	Эссе	6
3	Влияние международных объединений специалистов по связям с общественностью на социально-экономические и политические процессы в обществе	Подготовка доклада	10
4	Черный PR: общие характеристики, основные приёмы и тактики. Компромат и манипулятивные технологии.	Написание эссе	10
5	Коммуникативные функции языка. Модели коммуникаций, их анализ	Подготовка доклада	10
6	Структура PR-агентства. Сотрудничество PR-службы с PR-агентством.	Тест	10
7	Стратегия и PR-процесс: анализ ситуаций/проверка (аудит) и исследование: анализ конкурентов, окружающая среда, исследование рынка, жизненный цикл продукта.	Подготовка к деловой игре	12
8	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ	Эссе	12
9	Перспективы развития связей с общественностью как профессиональной сферы.	Тест	10

4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины "Теория и практика рекламы и связей с общественностью" по образовательным программам направления подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" применяются электронные образовательные технологии

В образовательном процессе используются:

- дистанционные курсы (ДК), размещенные на площадке LMS Moodle, URL: <https://lms.kgeu.ru/course/view.php?id=493>
- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru>

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (*лекции в сочетании с семинарами и лабораторными работами самостоятельное изучение определённых разделов*) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: *интерактивные лекции, групповые дискуссии, проблемное обучение*

5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, включает: *выполнение письменных работ, защиту докладов, проведение тестирования (письменно), написание эссе, проведение деловых игр, контроль самостоятельной работы обучающихся (в письменной или устной форме).*

Итоговой оценкой результатов освоения дисциплины является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося (*экзамен*) с учетом результатов текущего контроля успеваемости. Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится *устно по билетам*. На экзамен выносятся *теоретические и практические задания*, проработанные в течение семестра на учебных занятиях и в процессе самостоятельной работы обучающихся. Экзаменационные билеты содержат 1 теоретическое задание и 1 задание практического характера.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		

Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов
Характеристика сформированности	Компетентность в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний,	Сформированность компетенции соответствует минимальным	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям.	Сформированность компетенции полностью соответствует
и компетенции (индикатора достижения компетенции)	умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
УК-3	УК-3.1	Знать				
		основные принципы, способы и нормы социального взаимодействия	Свободно владеет знаниями основных принципов, способов и норм социального взаимодействия	Имеет небольшие пробелы в знаниях основных принципов, способов и норм социального взаимодействия	Имеет существенные пробелы в знаниях основных принципов, способов и норм социального взаимодействия	В целом не владеет знаниями основных принципов, способов и норм социального взаимодействия
		Уметь				
		работать и сотрудничать в команде	Демонстрирует умение работать и сотрудничать в команде на высоком уровне	Демонстрирует незначительные затруднения в умении работать и сотрудничать в команде на высоком уровне	Демонстрирует существенные затруднения в умении работать и сотрудничать в команде на высоком уровне	В целом не умеет работать и сотрудничать в команде на высоком уровне
		Владеть				
		навыками проявления лидерских качеств	Демонстрирует развитые навыки проявления лидерских качеств	Демонстрирует незначительные затруднения в реализации навыков проявления лидерских качеств	Демонстрирует существенные затруднения в реализации навыков проявления лидерских качеств	В целом не владеет навыками проявления лидерских качеств
	УК-3.3	Знать				
		знает основы работы в коллективе	Высокий уровень знаний основ работы в коллективе	В целом высокий уровень знаний основ работы в коллективе с допущением незначительных ошибок	уровень знаний основ работы в коллективе с допущением существенных ошибок	В целом не знает основ работы в коллективе
		Уметь				

		выполнять ролевые функции в коллективе	Демонстрирует высокий уровень выполнения ролевых функций в коллективе	Демонстрирует небольшие погрешности в выполнении ролевых функций в коллективе	Демонстрирует серьезные упущения в выполнении ролевых функций в коллективе	В целом не умеет выполнять ролевые функции в коллективе
		Владеть				
		навыками реализации социальных проектов	Демонстрирует высокий уровень владения навыками реализации социальных проектов	Демонстрирует средний уровень владения навыками реализации социальных проектов, допускает незначительные ошибки	В демонстрации навыков реализации социальных проектов допускает существенные ошибки	В целом не владеет навыками реализации социальных проектов
ОПК-	ОПК-	Знать				
1	1.2	Особенности составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью	Свободно владеет знаниями особенностей составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует незначительные пробелы в знаниях особенностей составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует существенные пробелы в знаниях особенностей составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью	В целом не знает особенности составления текстов в сфере рекламы и связей с общественностью
		Уметь				
		готовить рекламные и PR-тексты различных жанровых форматов	Может свободно готовить рекламные и PR-тексты различных жанровых форматов	Имеет небольшие затруднения в подготовке рекламных и PR-текстов различных жанровых форматов	Имеет существенные затруднения в подготовке рекламных и PR-текстов различных жанровых форматов	В целом не умеет готовить рекламные и PR-тексты различных жанровых форматов
		Владеть				

		навыками составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках	Демонстрирует свободное владение навыками составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках	Демонстрирует незначительные затруднения в реализации навыков составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках	Демонстрирует существенные затруднения в реализации навыков составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках	В целом не владеет навыками составления рекламных и PR-текстов на русском и английском языках
ОПК-2	ОПК-2.2	Знать				
		основные закономерности и законы развития общественных и государственных институтов	Свободно владеет знаниями основных закономерностей и законов развития общественных и государственных институтов	Демонстрирует небольшие ошибки в знании основных закономерностей и законов развития общественных и государственных институтов	Демонстрирует серьезные ошибки в знании основных закономерностей и законов развития общественных и государственных институтов	В целом не знает основных закономерностей и законов развития общественных и государственных институтов
Уметь						
ОПК-3		создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства	Умеет создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства	Умеет создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства, допуская незначительные ошибки	Умеет создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства, допуская существенные ошибки	В целом не умеет создавать рекламные и PR-тексты, учитывая основные тенденции развития общества и государства
		Владеть				
		навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов	Демонстрирует свободное владение навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов	Демонстрирует незначительные затруднения во владении навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов	Демонстрирует существенные затруднения во владении навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов	В целом не владеет навыками анализа текущего развития общественных и государственных институтов
ОПК-3		Знать				

		основные достижения отечественной и мировой культуры	Свободно разбирается в основных достижениях отечественной и мировой культуры	Демонстрирует некоторые пробелы в знании основных достижений отечественной и мировой культуры	Демонстрирует существенные пробелы в знании основных достижений отечественной и мировой культуры	В целом не знает основных достижений отечественной и мировой культуры
	ОПК-3.1	Уметь				
		использовать знания в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью	Свободно использует знания в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью	Демонстрирует незначительные затруднения в использовании знаний в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью	Демонстрирует существенные затруднения в использовании знаний в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью	В целом не может использовать знания в области отечественной и мировой культуры в деятельности по связям с общественностью
		Владеть				
		навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов	Демонстрирует свободное владение навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов	Демонстрирует небольшие затруднения во владении навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов	Демонстрирует существенные затруднения во владении навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов	В целом не владеет навыками применения достижений мировой культуры в создании медиапродуктов
ОПК-7		Знать				

ОПК-7.2	этические принципы, принятые профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует высокий уровень знания этических принципов, принятых профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует незначительные ошибки в знании этических принципов, принятых профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует серьёзные ошибки в знании этических принципов, принятых профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью	В целом не знает этических принципов, принятых профессиональным сообществом в сфере рекламы и связей с общественностью
	Уметь				
	создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами	Демонстрирует полное умение создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами	Демонстрирует умение создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами с незначительными ошибками	Демонстрирует умение создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами с существенными ошибками	В целом не умеет создавать медиапродукты в соответствии с этическими принципами
Владеть					
	навыками соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью	Свободно владеет навыками соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует незначительные ошибки в реализации навыков соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует существенные ошибки в реализации навыков соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью	В целом не владеет навыками соотнесения этических принципов и норм социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама	учебник	СПб.: Питер	2016	https://ibooks.ru/reading.php?productid=352693	1
2	Кузнецов В. Ф.	Связи с общественностью. Теория и технологии	учебник для вузов	М.: Аспект Пресс	2008		18

Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Василенко И. А., Василенко Е. В.	Связи с общественностью в органах власти	Учебник	М.: Кнорус	2016	https://www.book.ru/book/919380/	1
2	Полукаров В. Л., Грановский Л. Г., Козин В. П., Лозовская В. Ю.	Телевизионная и радиовещательная реклама	учебное пособие для вузов	М.: Дашков и К	2004		7
3	Маслова В.М.	Связи с общественностью в управлении персоналом	учебное пособие для вузов	М.: Вузовский учебник	2009		13
4	Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н.	Связи с общественностью	учебное пособие для вузов	М.: Академический Проект	2005		10
5	Музыкант В. Л.	Формирование брэнда средствами PR и рекламы	учебное пособие для вузов	М.: Экономистъ	2006		10

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Адвертолоджи. Все о Рекламе, Маркетинге и PR [Электронный ресурс] Режим доступа: http://advertology.ru/	http://advertology.ru/
2	Портал о рекламе [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.sostav.ru/	https://www.sostav.ru/
3	История PR в России и мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://pr-life.ru	https://pr-life.ru
4	"PR в России". Ежемесячный профессиональный журнал о сценариях и технологиях современного PR [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.prjournal.ru	http://www.prjournal.ru
5	Re-port. Новостной, аналитический, справочный и коммуникационный интернет-ресурс для специалистов, работающих в сфере PR и рекламы [Электронный ресурс] Режим доступа: https://re-port.ru	https://re-port.ru

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Российская национальная библиотека	http://nlr.ru/	http://nlr.ru/
2	Всероссийский центр изучения общественного мнения	https://www.wciom.ru/	https://www.wciom.ru/
3	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/	http://ecsocman.hse.ru/
4	Министерство экономического развития РФ	https://economy.gov.ru/	https://economy.gov.ru/
5	Аналитический центр Юрия Левады (Левада- центр)	http://www.levada.ru/	http://www.levada.ru/
6	Научно-образовательный портал Высшей школы экономики	http://ecsocman.hse.ru/	http://ecsocman.hse.ru/
7	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	https://rusneb.ru/	https://rusneb.ru/

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/	http://www.consultant.ru/
2	«Гарант»	http://www.garant.ru/	http://www.garant.ru/

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Starter)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно

2	OpenOffice	Пакет офисных приложений.	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет (включая русскоязычный интернет).	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
4	Adobe Acrobat	Пакет программ для создания и просмотра файлов формата PDF	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
5	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
6	Gimp	ПО графический редактор для обработки фотографий, создания иконок и др.	Свободная лицензия Неискл. право . Бессрочно
7	Corel Draw X5	Растровый и векторный графические редакторы	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.24806 от 24.11.2011 Неискл.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	проектор (переносной), ноутбук (переносной) 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	проектор (переносной), ноутбук (переносной) 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно

Самостоятельная работа обучающегося	Читальный зал библиотеки	<p>проектор, переносной экран, тонкие клиенты (13 шт.), компьютеры (5 шт.)</p> <p>1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК). (Договор ПО ЛИЦ № 0000/20, лицензиар – ЗАО «ТаксНет Сервис», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии бессрочно).</p> <p>2. Office Professional Plus 2007 Russian OLP NL. (Договор № 225/ 10, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно).</p> <p>3. Браузер Chrome (лицензия – свободная, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно);</p> <p>4. Система автоматизации библиотек ИРБИС64. Договор №А-7011 от 28.02.2019, срок действия договора до 31.12.2019 г.</p>
-------------------------------------	--------------------------	---

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно- двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Часы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 29,5 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 8 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 12 час., групповые и индивидуальные консультации 0 час., прием экзамена (КПА) - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 174,5 час.

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		2
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	29,5	29,5
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Лабораторные занятия (Лаб)	12	12
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*	8	8
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1,5	1,5
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	174,5	174,5
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет, экзамен)	12	12
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	Эк	Эк

Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20____ /20____
учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. _____

2. _____

3. _____

*Указываются номера страниц, на которых
внесены изменения,
и кратко дается характеристика этих
изменений*

Программа одобрена на заседании кафедры –разработчика «21» октября 2020 г.,
протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Миннуллина Э.Б.

Программа одобрена методическим советом института ИЦТЭ
«26» октября 2020 г., протокол № 2

Зам. директора по УМР _____

/ _____ /

Подпись, дата

Согласовано:

Руководитель ОПОП _____

Подпись, дата

/ _____ /

*Приложение к рабочей программе
дисциплины*



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

**«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института Цифровых технологий и
экономики

_____ Торкунова Ю.В.

«26» октября 2020 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность(и) (профиль(и)) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

Оценочные материалы по дисциплине «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции(й):

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: письменная работа, тест, доклад, эссе, деловая игра.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 3 семестр. Форма промежуточной аттестации экзамен.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 3

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	Уровень освоения дисциплины, баллы			
				неудов-но	удов-но	хорошо	отлично
				не зачтено	зачтено		
				низкий	ниже среднего	средний	высокий
Текущий контроль успеваемости							

12	Стратегия и PR-процесс: анализ ситуаций/проверка (аудит) и исследование: анализ конкурентов, окружающая среда, исследование рынка, жизненный цикл продукта.	д.игра	УК-3.1, УК-3.3, ОПК-3.1	менее 3	3 - 4	4 - 5	5 - 6
11	Структура PR-агентства. Сотрудничество PR-службы с PR-агентством.	писм. раб.	УК-3.1, УК-3.3	менее 3	3 - 4	4 - 5	5 - 6
16	Перспективы развития связей с общественностью как профессиональной сферы.	тест	УК-3.1, УК-3.3	менее 3	3 - 4	4 - 5	5 - 6
13	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ	эссе	УК-3.1, УК-3.3, ОПК-1.2, ОПК-2.2	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7
10	Коммуникативные функции языка. Модели коммуникаций, их анализ	дкл.	УК-3.1, УК-3.3	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7
3	История рекламы и связей с общественностью в России	эссе	УК-3.1, УК-3.3, ОПК-2.2	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7
2	Коммуникации как интегральный инструмент управления	тест	УК-3.1, УК-3.3, ОПК-2.2	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7
8	Черный PR: общие характеристики, основные приёмы и тактики. Компромат и манипулятивные технологии.	эссе	УК-3.1, УК-3.3, ПК-7.2	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7

5	Влияние международных объединений специалистов по связям с общественностью на социально-экономические и политические процессы в обществе	писм. раб.	УК-3.1, УК-3.3	менее 4	4 - 5	5 - 6	6 - 7
Экзамен				Менее 21	22-27	28-33	34-40
Всего баллов				0 - 54	55-69	70-84	85-100

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Письменная работа (писм.раб.)	Задание имеет целью закрепление пройденного на лекции материала	Вопросы различной сложности
Тест (тест)	тест из 20 вопросов различной сложности	тестовые задания
Доклад (дкл.)	Составление доклада по заданной теме	Темы докладов
Эссе (эссе)	Эссе - это вид творческой письменной работы, где необходимо выразить личное отношение к рассматриваемому вопросу.	Темы эссе
Деловая игра (д.игра)	Деловая игра помогает эффективно решать практические задачи овладения профессией	Деловая игра "Пресс-конференция"

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Письменная работа
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Задания для письменной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какая страна может считаться родиной PR? 2. Что вы знаете об истории PR в Великобритании и Франции? 3. Что можно считать предпосылками развития PR в России?

	<p>4. Какие науки и дисциплины следует рекомендовать специалисту по связям с общественностью для изучения?</p> <p>5. Подтвердите примерами мысль о том, что PR базируются на знаниях различных гуманитарных дисциплин, таких как экономика, психология, социология, журналистика.</p> <p>6. Как взаимодействуют PR и маркетинг, PR и менеджмент?</p> <p>7. Считаете ли вы PR и этику совместимыми?</p> <p>8. Что является предметом теории PR?</p> <p>9. Кто из ученых и специалистов PR наиболее полно определил базисные науки PR?</p> <p>10. Как вы относитесь к тому, что специалисты PR применяют методы, основанные на знаниях о психологии масс?</p> <p>11. Какие способы передачи информации вам известны?</p> <p>12. На какие вопросы должен отвечать пресс-релиз?</p> <p>13. В каких кризисных ситуациях применяются PR?</p> <p>14. Влияет ли глобализация мировой экономики на сферы применения PR?</p> <p>15. Кому и зачем необходима деятельность по связям с общественностью?</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>1. Знание материала</p> <p>содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 2 балла;</p> <p>содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала – 1 балл;</p> <p>не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов;</p> <p>2. Последовательность изложения</p> <p>содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 2 балла;</p> <p>последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл;</p>

	<p>путаница в изложении материала – 0 баллов;</p> <p>3. Владение речью и терминологией</p> <p>материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 2 балла;</p> <p>в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 1 балл;</p> <p>допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;</p> <p>Минимальное количество баллов 2, максимальное – 4</p>
--	--

Наименование оценочного средства	Тест				
<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p style="text-align: center;">1. Тестовые задания</p> <p>1. К какому подходу в понимании сущности PR относят следующее определение Сэма Блэка: «Public Relations» — это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности?»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компромиссный • Прагматический • Альтруистический <p>2. Основной целью связей с общественностью является:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Продажа товаров • Создание и поддержание эффективной коммуникации в обществе • Создание имиджа организации <p>3. Соответствие между причинами возникновения PR и их характеристиками:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Экономические причины</td> <td style="width: 50%;">появление массовой прессы</td> </tr> <tr> <td>Политические причины</td> <td>развитие массового производства</td> </tr> </table>	Экономические причины	появление массовой прессы	Политические причины	развитие массового производства
Экономические причины	появление массовой прессы				
Политические причины	развитие массового производства				

	<p>Социальные причины демократические выборы, лоббирование</p> <p>4. К задачам связей с общественностью не относятся:</p> <ul style="list-style-type: none">• Обеспечение проведения определенной планомерной и последовательной программы как части управления организацией• Установка и поддержание взаимоотношениями между организацией и общественностью• Продвижение товара на рынке <p>5. «Продажа через печатный текст» - это определение:</p> <ul style="list-style-type: none">• PR• рекламы• маркетинга <p>6. В какой из моделей развития связей с общественностью потребитель рассматривается как жертва:</p> <ul style="list-style-type: none">• в двухсторонней симметричной модели• в журналистской модели• в манипулятивной (пропагандистской) модели <p>7. Главная цель двухсторонней симметричной модели развития связей с общественностью состоит в:</p> <ul style="list-style-type: none">• Выгоде организации• Распространении информации• Взаимной пользе организации и общественности• Регулярной работе со СМИ <p>8. В каком году образовалось Американское общество по PR (PRSA):</p> <ul style="list-style-type: none">• В 1932• В 1948• В 1963 <p>9. Первым президентом Российской Ассоциации по связям с общественностью (1991) был:</p> <ul style="list-style-type: none">• Александр Борисов• Влад Листьев• Александр Любимов
--	---

10. На начальном этапе развития связей с общественностью в Америке основная сфера деятельности была:

- Экономика
- Политика
- Культура

11. Медиапланирование – это функция:

- Отдела развития общественных связей
- Оформительского отдела
- Отдела по работе со СМИ

12. Начальник PR-подразделения в компании должен:

- ни от кого не зависеть
- находится в подчинении у первого лица компании
- находится в подчинении у заместителей первого лица компании

13. Что не входит в обязанности PR-отдела:

- Подготовка речей руководству компании
- Создание имиджа руководства
- Консультирование руководства
- Финансовая политика компании

14. К целям PR-служб в госструктурах не относится:

- Обеспечение гласности, прозрачности и открытости в работе госструктуры.
- Обеспечение связей госструктуры с гражданами и их объединениями
- Содействие сотрудничеству госструктуры с гражданами, их объединениями в разработке и реализации программ и решений.
- Разрешение конфликтов в обществе

15. Техническое воплощение идей в PR-отделе выполняет:

- Организационный отдел
- Оформительский отдел
- Отдел развития общественных связей

16. Пакет из нескольких PR-документов, собранных под отдельное мероприятие, называется:

- Пресс-кит
- Бэкграундер
- Ньюслеттер

17. Связанное изложение основных фактов о компании – это:

	<ul style="list-style-type: none"> • Пресс-релиз • Бэкграундер • Буклет <p>18. Сообщение для прессы – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Листовка • Пресс-релиз • Success stories <p>19. К видам рабочих мероприятий в сфере связей общественности не относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мероприятия для прессы • Мероприятия с участием прессы • Банкеты • Специальные мероприятия <p>20. Выставка (экспозиция компании на выставке) – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мероприятие для прессы • Мероприятие с участием прессы • Специальное мероприятия
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>Критерий: правильность выполнение тестовых заданий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правильность выполнения тестовых заданий минимум 80% - 2 балла 2. Правильность выполнения тестовых заданий минимум 50% - 1 балла 3. Правильность выполнения тестовых заданий минимум 30% - 1 балл

Наименование оценочного средства	Доклад
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Темы доклада</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гармонизация связей с общественностью как основная задача PR-специалистов. 2. Роль PR-специалиста в разработке стратегии и тактики деятельности организации. 3. Основные требования к PR-специалистам 4. История становления науки о связях с общественностью 5. Методы науки о связях с общественностью 6. Связи с общественностью в системе других наук

	<ol style="list-style-type: none"> 7. Организация и основные структурные особенности связей с общественностью. 8. Пресс-службы, пресс-центры, пресс-агентства. Их функциональная направленность, сходства и различия. 9. Типология структур связей с общественностью. 10. Функции отделов и подразделений связей с общественностью в государственных и управленческих организациях, общественных объединениях, политических партиях, коммерческих структурах. 11. Характер информационного пространства и цели его отображения в PR. 12. Источники информации в PR. 13. Информационно-документальные жанры. Пресс-релиз как основной жанр в деятельности пресс-службы. 14. Характерные просчеты при написании пресс-релиза 15. Классификация групп общественности 16. Целевые и приоритетные группы общественности 17. Закономерности функционирования групп общественности 18. Алгоритм работы пиармена с группами общественности/ Общечеловеческие этические нормы и профессиональная этика. 19. Кодексы профессионального поведения международных организаций по связям с общественностью. 20. Основные профессиональные организации.
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знание материала <ul style="list-style-type: none"> содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 2 балла; содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала – 1 балл; не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов; 2. Последовательность изложения <ul style="list-style-type: none"> содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 2 балла; последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл; путаница в изложении материала – 0 баллов; 3. Владение речью и терминологией

	<p>материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 2 балла;</p> <p>в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 1 балл;</p> <p>допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;</p> <p>Минимальное количество баллов 2, максимальное – 4</p>
--	---

Наименование оценочного средства	Эссе
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Эссе - это вид творческой письменной работы, где необходимо выразить личное отношение к рассматриваемому вопросу. По объему эссе не должно превышать 2 печатных страницы (14 шрифтом Times New Roman, полуторным интервалом).</p> <p>Некоторые общие признаки эссе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • небольшой объем; • конкретная тема; • субъективная трактовка темы; • свободная композиция, ориентация на разговорную речь, риторические вопросы, экспрессия. <p>Отличительные особенности стиля эссе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • образность; • афористичность; • парадоксальность. • метафоричность; • аллегоричность; • символизм. <p>Темы эссе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Первые пиармены (кто стоял у истоков современных связей с общественностью) 2. Профессиональный облик специалиста по связям с общественностью 3. Кому нужны пиармены? 4. Зачем пиармену СМИ? 5. Специфика PR в различных властных структурах 6. Журналист пишет о событии. А пиармен? 7. Кого и зачем связывает с общественностью пиармен? 8. Нужно ли «читать мораль» пиарменам? 9. Повседневные дела пиармена 10. Заветные желания пиармена

Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>Критерии оценки эссе:</p> <p>знание и понимание теоретического материала (1 балла),</p> <p>анализ и оценка информации (2 балла),</p> <p>построение суждений (1 балла),</p> <p>Максимальное количество баллов за эссе - 4</p>

Наименование оценочного средства	Деловая игра
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Деловые игры, которые широко применяются сегодня в учебном процессе помогают эффективно решать практические задачи овладения профессией. Организуя деловую игру на занятиях, следует рассматривать следующие узловые моменты:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности работы в коллективе 2. Психологические аспекты общения в коллективе 3. Этические аспекты работы в коллективе 4. Специфику организации работы PR-отдела (пресс-службы, пресс-центра и т.д.) 5. Специфику госслужб и коммерческих структур <p>Общий сценарий деловой игры «Пресс-конференция»</p> <p>Роли участников пресс-конференции играют студенты (журналисты, госслужащие, представители фирм и т.д.). На каждом этапе игры они получают определенное задание, по которому будут задаваться вопросы</p> <p>План игры:</p> <p>Первое действие – организация пространства</p> <p>Второе действие – подготовка раздаточного материала</p> <p>Третье действие – открытие пресс-конференции, представление хозяев</p>

	<p>Четвертое действие – вступительное слово ведущего</p> <p>Пятое действие – выступления (информационные сообщения)</p> <p>Шестое действие – вопросы и ответы</p> <p>Седьмое действие – закрытие</p> <p>Восьмое действие – неофициальная часть</p> <p>После завершения игры проводится анализ действий каждого участника и подводится общий итог.</p>
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>Критерии: активность и участие в реализации цели и задач проекта</p> <p>Активное участие в игре – 4 баллов</p> <p>Средний уровень активности – 2 балла</p> <p>Неактивное участие в игре – 1 балл</p>

4. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Устный опрос
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Вопросы к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и функции связей с общественностью 2. Основные виды деятельности в сфере PR 3. История становления связей с общественностью на примере США 4. PR как профессия коммуникатора 5. Коммуникационные основы PR 6. Экономические, политические и социальные предпосылки становления PR в современной России 7. PR- подразделения фирмы (структура и функции) 8. Основные понятия публик рилейшнз 9. PR и реклама, PR и менеджмент 10. PR как функция менеджмента 11. Основные PR- агентства Москвы и Санкт-Петербурга 12. PR в бизнесе 13. PR в политической сфере 14. Политические кампании и PR 15. PR в социальной сфере

	<p>16.PR в шоу-бизнесе и спорте 17.Проблемы PR- образования в современной России 18.PR и Интернет 19.Этические основы PR- деятельности 20.Деловые и моральные качества PR- специалиста 21.Профессиональная деятельность PR- специалиста 22.Установление и поддержание контактов с журналистами как обязанность профессионала PR 23.Деятельность PR- специалиста в учреждениях культуры 24.Общественность и ключевые аудитории 25.Типология групп общественности 26.Общественное мнение как инструмент демократии 27.Общественное сознание и общественное мнение 28.Теории общественного мнения 29.Структура общественного мнения 30.Функции общественного мнения 31.Основные стадии формирования убеждения 32.Способы манипулирования общественным мнением 33.Роль PR в управлении общественным мнением 34.Законы формирования общественного мнения 35.Реклама, маркетинг и PR 36.Составные части профессиональной деятельности PR- специалиста</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>При выставлении баллов за устный ответ на экзамене учитываются следующие критерии: Каждый верный ответ на вопрос дает возможность обучающемуся получить 20 баллов. Максимальное количество баллов за экзамен – 40 При выставлении баллов за ответы на задания в билете учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Полнота и правильность ответа на поставленные вопросы 2. Владение специальной терминологией по заданной теме 3. Владение навыками рассуждения, последовательного грамотного мышления. 4. Умение связать абстрактный теоретический материал с современной общественно-исторической практикой и личным опытом. <p><i>От 16 до 20 баллов оценивается ответ, который показывает прочные знания основ изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</i></p> <p><i>От 11 до 15 баллов оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.</i></p> <p><i>От 6 до 10 баллов оценивается ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной</i></p>

	<p><i>глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками ведения диалога, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько существенных ошибок в содержании ответа.</i></p>
--	--