Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы рекламы и PR»

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Год начала подготовки - 2026

Утверждена в составе ОПОП.
Составитель: доцент, к.с.н. Джанаева Е.В.

Владикавказ 2026

	Очная форма обучения
Курс	1
Семестр	1
Лекции	16 ч.
Практические (семинарские) занятия	16 ч.
Контрольная работа	
Консультации	
Итого аудиторных занятий	32 ч.
Самостоятельная работа	40 ч.
Курсовая работа	
Форма контроля	зачет
Экзамен	
Зачет	1 семестр
Общее количество часов	72 ч.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72часа (2 з.е.)

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Основы рекламы и PR» является формирование компетенций, позволяющих выявлять особенности рекламной и PR-коммуникаций в пространстве медиасообщений и использовать технологии создания рекламных и PR-обращений в реализации журналистской деятельности.

Задачи дисциплины:

- осознание места и роли рекламы и паблик рилейшнз в практике деятельности организаций;
- ознакомление студентов с важнейшими теоретическими разработками, экспериментальными и прикладными исследованиями отечественных и зарубежных специалистов по рекламе и паблик рилейшнз, а также методами их, использование в деятельности отечественных предприятий;
- обеспечение усвоения студентами основных теоретических вопросов изучения рекламы и паблик рилейшнз;
- формирования необходимых знаний и умений подготовки информационных материалов;
- ознакомление с процессом разработки стратегических коммуникаций в рекламе и паблик рилейшнз;
- усвоение современных особенностей в деятельности в рекламе и паблик рилейшнз.

Все цели и задачи дисциплины соотнесены с общими целями ОПОП ВО и профессиональных стандартов:

1. Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 5 2014 г. N 535н;
2. 06.013 - Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230)

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика Б 1. О.20

Необходимыми требованиями к «входным» знаниям, умениям и компетенциям студента при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

Способность анализировать основные этапы и закономерности социально-экономического развития общества;

Владение базовыми специальными знаниями и навыками теоретического и прикладного характера в области массовой коммуникации;

Владение общенаучной терминологией, а также понятиями социальных и гуманитарных дисциплин, умение работать с оригинальными научными текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями.

Для изучения настоящей дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате изучения ряда дисциплин в вузе.

Настоящий курс читается студентам направления 42.03.02 Журналистика в первом семестре первого курса. Для освоения материала курса студенты должны иметь хорошую подготовку в пределах программы средней школы и обладать развитыми познавательными установками.

Предлагаемый данной дисциплиной материал объективно востребован учебным процессом на любом уровне. Сознательное освоение слушателем излагаемого теоретического материала предполагает не только аргументированное изложение соответствующего дидактического материала преподавателем, но и владение навыками аргументационного восприятия речи слушателем. К тому же, критический анализ идей в изучаемых дисциплинах предполагает умение анализировать структуру, правильность и полноту аргументации рассматриваемых концепций.

При освоении данной дисциплины студенты должны полностью или частично должны продемонстрировать обобщенные трудовые функции:

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	A	Организация распространения продукции СМИ	5	Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
	B	Организация распространения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	A	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	A/01.4	4
				Сканирование и обработка графической информации	A/02.4	4
				Ведение информационных баз данных	A/03.4	4
				Размещение информации на сайте	A/04.4	4
	B	Создание и редактирование	5	Поиск информации по	B/01.5	5

		информационных ресурсов		тематике сайта		
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, форуме и социальных сетях	B/05.5	5
	C	Управление (менеджмент) информационным ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.5	6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.5	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.5	6
				Подготовка отчетности по сайту	C/06.5	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.5	6

4. Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины(модуля)

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Коды компетенций	Содержание компетенций
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	Знать	Уметь	Владеть
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает: - проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы; основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы интерпретации и представления результатов исследования	УК-3.2. Умеет: - определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования.	УК-3.3. Имеет опыт организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; создания команды для выполнения практических задач; участия в разработке стратегии командной работы; составления деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы; работы в команде; разработки программы эмпирического исследования профессиональных практических задач.

ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования	ОПК-5.3.Имеет представление об информационной политики и способен применять на практике нормативные документы, регулирующие деятельность журналистов.

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Общим средством контроля является введенная в университете балльнорейтинговая система оценки успеваемости студентов направлений бакалавриата.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1.	Методологический и методический базис науки о связях с общественностью. Понятийный аппарат паблик рилейшнз. Теория как наиболее сложная и развитая форма организации научного знания. Общенаучные принципы формирования теории. Структура теории, ее компоненты: понятия; переменные; суждения; форма. Принципы формирования понятий в рамках научной теории.	2		Подготовка к лекции	4	Устный опрос	[1],[2],[3]
2.	Онтологический статус связей с общественностью, сравнительная характеристика подходов к PR как социальному феномену. Деятельностная основа паблик рилейшнз. Понятийный аппарат паблик рилейшнз. Определение паблик рилейшнз и их интерпретация. Категории общественности, общественного мнения, публичной сферы, публичного дискурса, социальной коммуникации, публичной	2		Самостоятельная работа с книгой	4	Написание конспекта	[1],[2],[3],[4]

	коммуникации в паблик рилейшнз. Предмет и объект связей с общественностью. Анализ современной отечественной и зарубежной литературы о PR.						[1],[2],[3],[4]
3.	Связи с общественностью как социальный институт. Социальные отношения как основной элемент социальной связи. Понятие социального института, институциональные признаки. Функции социальных институтов. Параметры и характеристики института PR, его тип и механизмы взаимодействия с другими социальными институтами.	2		Самостоятельная работа с книгой	4	Написание конспекта	[1],[2],[3],[4]
4.	Субъектная структура паблик рилейшнз Субъектная структура паблик рилейшнз: Базисный и технологический субъекты PR. Функции связей с общественностью в современном социуме. Экономические функции политические ; социальные. Внутренние функции PR. Цель и результат PR. Паблик рилейшнз в системе демократических институтов современной России.		2	Подбор материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа Разработка мультимедийной презентации	4	Доклад с презентацией	[1],[2],[3],[4]
5.	Журналистика, реклама и PR. Коммуникативная общность, целевое и функциональное различие. Реклама, журналистика и PR в	2		Составление глоссария	2	Терминологический диктант	[1],[2],[3],[4]

	системе массовой коммуникации. Цели и задачи журналистской, рекламной и PR коммуникации. Понятие социально значимой информации. Аудитории в журналистике, рекламе и PR. Элементы журналистской, рекламной и PR информации. Принципы взаимоотношений журналистов и специалистов по связям с общественностью. Подходы к событию с точки зрения журналиста и специалиста СО, различные задачи при освещении события. Сотрудничество и взаимное уважение профессиональных интересов.						[1],[2],[3],[4]
6.	Структура PR-коммуникации. Особенности связей с общественностью в экономической, политической, культурной сферах общества. Условия нормального функционирования института PR в современном обществе: политико-правовые, социально-экономические, культурно-образовательные и коммуникационные, технологические.		2	изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; — повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их	2	Контрольная работа	[1],[2],[3],[4]

				проведения; — изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируете я содержание проверяемых знаний.			[1],[2],[3],[4]
7.	Связи с общественностью как сфера профессиональной деятельности. Понятие информационного менеджмента, его принципов и методов PR, как управленческой коммуникации. Сфера деятельности специалистов по связям с общественностью. Мир профессий сферы СО. Функции и задачи специалистов по связям с общественностью. PR - как функция менеджмента организации. Понятие менеджмента. Основные виды управленческой деятельности. Специфика PR. Понятие информационного менеджмента, его цели и задачи. Информационно-стратегическое планирование и консультирование как основа PR- деятельности. Задачи специалиста по связям с общественностью в системе управления фирмой, организацией.	2		Составление тематического портфолио работ	4	Портфолио	[1],[2],[3],[4]

8.	Социальная ответственность пиармена. Социальная ответственность пиармена. Ответственность перед обществом (социальная ответственность) как требование демократического общества. Понятие социальной миссии и ее гуманистической общественной сущности. Прогнозирование социальных последствий профессиональной PR-деятельности.		2	Информационны й поиск	2	Эссе	[1],[2],[3],[4]
9.	Этические принципы профессиональной деятельности. Правила взаимоотношений с клиентами, общественностью, коллегами по профессиональному цеху, коллегами по смежным профессиональным цехам. Этические кодексы специалистов по связям с общественностью.	2		Подготовка к коллоквиуму	2	Коллоквиум	[1],[2],[3],[4]
10.	Основные профессионально-технологические понятия PR. Основные модели PR-деятельности, их эволюция и современное состояние.		2	подготовить основной текст с вопросами для обсуждения:;) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст	2	Кейс-задача	[1],[2],[3],[4]

			2	кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); предложить возможное решение проблемы.			[1],[2],[3],[4]
11.	Имидж (человека, организации, политического движения). Специфика имиджа в журналистике, рекламе и PR. Способы создания имиджа средствами PR. Паблисити. Механизм паблисити: от слова к событию.	2	2	Информационны й поиск	2	Написание реферата	[1],[2],[3],[4]
12.	Событийный тип коммуникации. Приемы создания события (взаимосвязь технологий PR с техникой спектакля). Формы событий: презентации, пресс-конференции и брифинги, корпоративные праздники, меценатство и спонсорство.	2	2	Рассмотреть на конкретных примерах СМК видимые эффекты коммуникации, обратив особое можно внимание на личностный уровень. Выявить уровни взаимодействия социальных групп	2	Кейс-задача	[1],[2],[3],[4]
13.	Основные модели PR-деятельности, их эволюция и современное состояние. Условия функционирования этих моделей. Современные		2	подготовить основной текст с вопросами для обсуждения:;) подобрать	2	Кейс-задача	[1],[2],[3],[4]

	тенденции развития PR-деятельности.			приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); предложить возможное решение			[1],[2],[3],[4]
14.	Формирование информационного общества. Черты информационного общества. Интегральная коммуникация и будущее PR. Роль связей с общественностью в формировании информационного общества		2	Подготовка проекта	2	Проект (работа в малых группах)	[1],[2],[3],[4]
15.				Самостоятельная подготовка к экзамену			[1],[2],[3],[4]
	ИТОГО	**16**	**16**		**40**		[1],[2],[3],[4]

Примечания

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

6. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с целью формирования профессиональных навыков обучающихся.

Основными видами учебной работы являются лекционные, практические занятия. Групповое обсуждение и индивидуальные консультации обучающихся в процессе решения учебных задач, в т.ч. посредством телекоммуникационных технологий. Обсуждение конкретных ситуаций. Просмотр и анализ учебных фильмов, самостоятельная работа студентов.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия в форме с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype и др.)

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа обучающегося является основным средством овладения учебным материалом в время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа обучающихся в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач; - работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами; - выступления с докладами, сообщениями на занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторения лекционного материала;

- подготовки к практическим занятиям; - изучения учебной и научной литературы;
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя.

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий, монографий и статей, а также официальных материалов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание обучающегося на предметные и именные указатели. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции - это сравнительное чтение, в ходе которого обучающийся знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции. Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемой дисциплины. Другой способ - это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Впоследствии эта информации может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь: - сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим

обучающимся.

Методические рекомендации по самостоятельному освоению пропущенных тем дисциплины

Преподаватель называет обучающемуся даты пропущенных занятий и количество пропущенных учебных часов. Форма отработки обучающимся пропущенного занятия выбирается преподавателем. На отработку занятия обучающийся должен явиться согласно расписанию консультативных часов преподавателя, которое имеется на кафедре. При себе обучающийся должен иметь выданное ему задание и отчет по его выполнению.

Отработка обучающимся пропущенных лекций проводится в следующих формах:

1) самостоятельное написание краткого реферата по теме пропущенной лекции с последующим собеседованием с преподавателем;

2) самостоятельное написание обучающимся конспекта лекции с последующим собеседованием с преподавателем. Как правило, отработка пропущенной лекции должна быть осуществлена до рубежного тестирования по соответствующей теме учебной программы.

Отработка пропущенного практического занятия проводится в следующей форме:

• самостоятельная работа обучающегося над вопросами занятия с кратким их конспектированием или схематизацией с последующим собеседованием с преподавателем. Если пропущено практическое занятие, то оно отрабатывается одним из следующих способов:

• обучающийся посещает практическое занятие по этой же теме с обучающимися другой учебной группы,

• обучающийся приходит на практическое занятие по пропущенной теме в специально выделенное для этого время; он самостоятельно выполняет практическую работу и отвечает на вопросы преподавателя. Пропущенные практические занятия должны отрабатываться своевременно, до рубежного контроля (контрольная аттестация) по соответствующему разделу учебной дисциплины. Преподаватель, согласно графику консультативных часов, принимает отработку пропущенного занятия у обучающегося, делает соответствующую отметку. Отработка засчитывается, если обучающийся демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по пропущенному материалу.

Обучающемуся, получившему незачетную оценку, отработка не засчитывается. Зачетный уровень теоретической осведомленности заключается в том, что обучающийся свободно оперирует терминологией, которая рассматривалась на занятии, которое подлежит отработке, отвечает развернуто на вопросы, подкрепляя материал примерами. Обучающиеся допускаются к зачету и экзамену по дисциплине при условии отработки всех занятий, предусмотренных учебным планом данного семестра по данной дисциплине.

Обучающемуся, имеющему право на свободное посещение занятий, выдается график индивидуальной работы, согласованный на кафедрах и утвержденный деканом факультета. Подготовка к промежуточной аттестации: При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно: - внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них; - внимательно прочитать рекомендованную литературу; - составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих

заданные вопросы.

Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытает объективность оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для подготовки к занятиям лекционного типа:

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Требования к оформлению рефератов:

- наличие ссылок, соблюдение стандартов оформления,

- список использованной литературы оформляется по единым библиографическим требованиям (см. образцы на сайте библиотеки ВГПУ (Пед. института ВоГУ)), включает не менее 10 источников (в алфавитном порядке), ссылки на литературу в тексте реферата подаются в квадратных скобках: [Фамилия год: страница] / [Михайлов 2004: 183]

. - реферат печатается шрифтом Times New Roman (14 кегль, полуторный интервал), выравнивание по ширине, абзацный отступ 1,25 см, поля 2 см, заголовки выделяются полужирным шрифтом, страницы нумеруются (на первой странице номер не выставляется).

- объем реферата – 15–25 страниц. - реферат состоит из введения, основной части (2–3 параграфа), заключения и библиографии (списка использованной литературы).

- Во введении объясняется значимость того периода, издания или журналиста, которым посвящен реферат, с точки зрения всей истории журналистики (Что они сделали для того, чтобы журналистика и СМИ стали такими, какими мы их знаем сегодня?), и дается обзорная характеристика источников (монографии, статьи, учебники, Интернет-сайты) и подходов к освещаемой проблеме.

В основной части максимально полно раскрывается тема (с опорой на источники), при этом необходимо уложиться в заданный объем, осмыслить и структурировать материал.

В заключении кратко излагаются выводы.

- В реферате должны отсутствовать орфографические, пунктуационные, грамматические и стилистические ошибки, т.е. работа должна быть вычитана.

Методические рекомендации по написанию доклада (реферата)

1. Общие положения

1.1. Доклад, как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

1.2. При написании доклада по заданной теме обучающийся составляет план, подбирает основные источники.

1.3. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения.

1.4. К докладу по крупной теме могут привлекать несколько обучающихся, между которыми распределяются вопросы выступления.

2. Выбор темы доклада

2.1. Тематика доклада обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить и обучающийся.

2.2. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить.

3. Этапы работы над докладом

3.1. Формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию.

3.2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников).

3.3. Составление списка использованных источников.

3.4.Обработка и систематизация информации.

3.5. Разработка плана доклада.

3.6. Написание доклада.

3.7. Публичное выступление с результатами исследования.

4. Структура доклада:

-титульный лист

-оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются

страницы, с которых начинается каждый пункт);
-введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
-основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
-заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
-список использованных источников.

5. Структура и содержание доклада

5.1. Введение-это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

5.2.Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора.

В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента.В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

5.3. В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательными соответствовать поставленным задачам.

5.4. Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

5.5. Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу.

6. Требования к оформлению доклада

6.1.0бъем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

6.2. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения. б.3.Обязательнодолжныиметьсяссылкинаиспользуемуюлитературу.

6.4.Должнабытьсоблюденапоследовательностьнаписания библиографического аппарата.

7 .Критериоценкидоклада

-актуальность темы исследования;
-соответствие содержания теме;
-глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; -соответствие оформления доклада стандартам.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

Методические рекомендации для студентов по составлению презентаций

Цель методических рекомендаций - помочь студентам в создании презентаций. В рекомендациях освещены вопросы по составлению презентации, созданию ее и подготовке эффектного выступления.

Данные методические рекомендации предназначены для студентов факультета

журналистики СОГУ. Цель методических рекомендаций - помочь студентам в создании презентаций. В рекомендациях освещены вопросы по составлению презентации, созданию ее и подготовке эффектного выступления.

Задача педагога - помочь студентам в создании презентаций и представлении их в условиях функционирования информационных систем. Обучение студентов применению презентации результатов собственной деятельности способствует повышению качества обучения, развитию определенных коммуникативных способностей.

Мультимедийные презентации - это сочетание самых разнообразных средств представления информации, объединенных в единую структуру. Чередование или комбинирование текста, графики, видео и звукового ряда позволяют донести информацию в максимально наглядной и легко воспринимаемой форме, акцентировать внимание на значимых моментах излагаемой информации, создавать наглядные эффектные образы в виде схем, диаграмм, графических композиций и т. и.

Мультимедийные презентации обеспечивают наглядность, способствующую комплексному восприятию материала, изменяют скорость подачи материала, облегчают показ фотографий, рисунков, графиков, географических карт, исторических или труднодоступных материалов. Кроме того, при использовании анимации и вставок видеофрагментов возможно продемонстрировать динамичные процессы. Преимущество мультимедийных презентаций - проигрывание аудиофайлов, что обеспечивает эффективность восприятия информации: излагаемый материал подкрепляется зрительными образами и воспринимается на уровне ощущений.

Создание презентации

Процесс презентации состоит из отдельных этапов:

1. Подготовка и согласование с преподавателем текста доклада
2. Разработка структуры презентации
3. Создание презентации в Power Point
4. Согласование презентации и репетиция доклада.

На первом этапе производится подготовка и согласование с преподавателем текста доклада.

На втором этапе производится разработка структуры компьютерной презентации. Учащийся составляет варианты сценария представления результатов собственной деятельности и выбирает наиболее подходящий.

На третьем этапе он создает выбранный вариант презентации в Power Point.

На четвертом этапе производится согласование презентации и репетиция доклада.

Цель доклада - помочь учащемуся донести замысел презентации до слушателей, а слушателям понять представленный материал. После выступления докладчик отвечает на вопросы слушателей, возникшие после презентации.

После проведения всех четырех этапов выставляется итоговая оценка.

Требования к формированию компьютерной презентации

Компьютерная презентация должна содержать начальный и конечный слайды;

структура компьютерной презентации должна включать оглавление, основную и резюмирующую части;

каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим;

слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк);

необходимо использовать графический материал (включая картинки), сопровождающий текст (это позволит разнообразить представляемый материал и обогатить доклад выступающего студента);

компьютерная презентация может сопровождаться анимацией, что позволит повысить эффект от представления доклада (но акцент только на анимацию недопустим, т.к. злоупотребление им на слайдах может привести к потере зрительного и смыслового контакта со слушателями);

время выступления должно быть соотнесено с количеством слайдов из расчета, что

компьютерная презентация, включающая 10— 15 слайдов, требует для выступления около 7—10 минут.

Подготовленные для представления доклады должны отвечать следующим требованиям:

цель доклада должна быть сформулирована в начале выступления;

выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем;

недопустимо читать текст со слайдов или повторять наизусть то, что показано на слайде;

речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа;

докладчику во время выступления разрешается держать в руках листок с тезисами своего выступления, в который он имеет право заглядывать;

докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией;

после выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Состав и качество применяемых для нужд компьютерной презентации средств автоматизации должны соответствовать требованиям специально оснащаемых учебных классов. Это оборудование обязательно должно включать компьютер, интерактивную доску.

Оценивание презентации

Оцениванию подвергаются все этапы презентации:

собственно компьютерная презентация, т.е. ее содержание и оформление;

доклад;

ответы на вопросы аудитории.

Консультирование студентов

Обучающийся в процессе выполнения проекта имеет возможность получить консультацию педагога по реализации логической технологической цепочки:

1. Выбор темы презентации;
2. Составление плана работы;
3. Сбор информации и материалов;
4. Анализ, классификация и обобщение собранной информации;
5. Оформление результатов презентации;
6. Презентация;

Методические указания по выполнению контрольной работы.

В соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.02 Журналистика, обучающиеся очной формы обучения обязаны выполнить домашнюю контрольную работу по учебной дисциплине «Основы рекламы и PR ». Задание для написания контрольной работы состоит из:

- письменного ответа на поставленный вопрос (теоретическая часть состоит из двух вопросов)

Выполняя контрольную работу, обучающийся должен показать умение правильно, четко и кратко излагать материал по предложенным вопросам и заданиям, выделяя при этом основные проблемы, категории, взаимосвязи. В текстовой части каждый вопрос плана должен быть выделен отдельно. Не допускается дословное списывание из литературных источников. Необходимо избегать материала, не имеющего прямого отношения к излагаемым вопросам и заданиям. Ответ на вопрос контрольной работы оценивается положительно, если он является развернутым и аргументированным. ***В тексте контрольной работы должны быть использованы архивные материалы и по заданной теме, а также литература, действующие на день представления контрольной работы.***

Решение каждой задачи должно заканчиваться выводом, в котором дается оценка полученных результатов.

В процессе подготовки и выполнения контрольной работы необходимо познакомиться с программой учебного курса, изучить рекомендуемую литературу, методические материалы, касающиеся вопросов истории зарубежной журналистики.

Задания для выполнения контрольной работы предоставляются обучающимся на текущей сессии. Преподаватель даёт консультацию по выполнению контрольной работы.

Контрольная работа может быть выполнена в двух вариантах напечатана или написана чётким разборчивым почерком с необходимыми полями 2-3 см. Сокращения слов, кроме общепринятых, не допускаются. Объём работы рекомендуется в пределах 12-18 страниц школьной тетради. Большое превышение установленного объёма является недостатком работы, поскольку свидетельствует о неумении выбирать и перерабатывать нужный материал. Страницы текста должны быть пронумерованы.

Требования к выполнению КР на компьютере:

- контрольная работа должна быть выполнена на одной стороне листа белой бумаги формата А4;
- цвет шрифта черный;
- набор текста необходимо осуществлять стандартным Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов;
- шрифт основного текста «Times New Roman» в формате Word;
- заголовки следует набирать 14 шрифтом (выделять полужирным);
- межстрочный интервал полуторный;
- расстояние между названием заголовка и текстом должно быть равно 2 интервалам, а интервал между строками самого текста 1,5мм.
- размер полей страницы (не менее): правое 1,5 мм, верхнее и нижнее 20 мм, левое 1,5мм;
- полное выравнивание текста по ширине;
- отступ красной строки одинаковый по всему тексту;
- ориентация книжная;
- сноски – построчные, сплошные;
- страницы должны быть пронумерованы арабскими цифрами с учётом титульного листа, который не обозначается цифрой, номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки;
- общий объем работы 10-15 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы). Титульный лист оформляется в соответствии с установленной формой (ПРИЛОЖЕНИЕ 1);
- законченный вариант контрольной работы оформляется в папке скоросшиватель с мультифорами, либо в пружинном переплете.

В начале работы следует привести план (содержание), которого необходимо придерживаться при написании работы, в конце - перечень используемой литературы. В тексте необходимо указывать названия разделов работы в соответствии с планом (содержанием).

Оформление задания

1. Например, Вопрос № 1 .Перепишите в тетрадь поставленный вопрос. Затем сделайте заголовок «Ответ на вопрос №1». Далее через пробел следует ответ на вопрос. Изменять формулировки вопросов и условия задач нельзя. Формулировку вопроса №2 и ответ на него необходимо начинать с новой страницы. Ответы необходимо сопровождать требуемыми графиками, схемами, рисунками с соответствующими подписями. Допускается размещать ксерокопии архивных газет, схем, рисунков и т.д

После выполнения контрольной работы необходимо указать список используемой литературы и нормативной документации, литературы (с новой страницы). Список литературы должен быть свежим, источники 3-5 летней давности, редко можно использовать ранние труды, при условии их уникальности.

После списка литературы в конце работы ставится дата выполнения работы (слева), разборчивая подпись обучающегося и расшифровка подписи.

В тех случаях, когда выявленные в тексте ошибки и недостатки настолько серьезны, что могут помешать дальнейшему изучению курса, работа возвращается обучающемуся на доработку. Работа, отправленная на доработку, может быть принята к повторному рецензированию в случае ее предоставления до зачета (экзамена).

Письменная контрольная работа оценивается «зачет», «незачет», «зачет условно».

«Зачет - работа выполнена правильно, полно и в соответствии с заданием.

«Незачет» - контрольная работа выполнена либо не полностью, либо не в соответствии с заданием, либо неверно решены задачи и примеры, либо оформлена не в соответствии с вышеуказанными требованиями.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль - это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают *опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания,* выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам - учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Основы рекламы и PR»

1. Реклама: сущность понятия, зарождение и основные этапы развития.
2. Культурологическая и маркетинговая концепции рекламной деятельности.
3. Основные цели и этапы процесса рекламной деятельности.
4. Ведущие классификации рекламной деятельности.
5. Специфика рекламного обращения.
6. Работа со средствами массовой информации в рекламном бизнесе: специфика использования, характеристики, учет аудитории.
7. Текст и иллюстрация в рекламном обращении.
8. Основные средства распространения рекламы.
9. Жанры рекламы в прессе.
10. Особенности радиорекламы.
11. Специфика телевизионной рекламы.
12. Современная Интернет-реклама.
13. Виды и группы POS-материалов.
14. Современная торговая и коммерческая реклама.
15. Социальная реклама в России.
16. Политическая реклама: отечественный и зарубежный опыт.
17. Проблемы психологического воздействия рекламы на потребителя.
18. Проблема манипулирования в рекламе.
19. Проблемы философии рекламной деятельности.
20. Методы тестирования эффективности рекламной деятельности.
21. Организация работы рекламного агентства.
22. Проблемы правового регулирования рекламной деятельности.

23. Этические кодексы рекламной деятельности.
24. Паблик Рилейшнз в системе массовых коммуникаций.
25. Функции Паблик Рилейшнз.
26. Политический и правительственный PR.
27. PR в сфере коммерции и финансов.
28. PR в социальной и некоммерческой сферах.
29. Кризисные Паблик Рилейшнз.
30. Основные методы связей с общественностью.
31. СМИ в системе Паблик Рилейшнз.
32. Основные виды PR-материалов для прессы.
33. Методика проведения пресс-конференции.
34. Выставки и ярмарки как метод PR-деятельности.
35. Использование печатной продукции в целях PR.
36. Вербальные технологии Паблик Рилейшнз.
37. Организации работы PR-служб.
38. Правовое регулирование связей с общественностью в России и за рубежом.
39. Этические кодексы PR-деятельности.
40. Журналистика, реклама и PR: сущностная взаимосвязь и особенности.

Темы рефератов и докладов

1. Анализ рекламного рынка РСО-А
2. Анализ структурной организации одного из крупных рекламных агентств
3. Анализ структурной организации рекламного отдела крупной коммерческой организации
4. Сравнительный анализ рекламных носителей
5. Анализ рекламной кампании одной из коммерческих структур Северной Осетии
6. Анализ серии рекламных обращений с точки зрения наличия уникального торгового предложения
7. Обзор методов изучения потребительского рынка
8. Разработка анкеты для выявления потребительских предпочтений
9. Анализ последовательного развития рекламы одной из крупных фирм для выявления трансформации рекламной идеи
10. Анализ одной из наиболее успешных рекламных кампаний фирм Северной Осетии
11. Принципы составления медиаплана
12. Характеристика одного из СМИ Северной Осетии с точки зрения его эффективности как рекламного носителя
13. Анализ технико-экономического обоснования рекламной кампании

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля - зачет.

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.[1]

[1] Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, магистратуры и специалитета в СОГУ.(в последней редакции от 08.07.20 г. Пр.№ 173)

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-15 недели состоит из:	40
• Выполнения заданий на практических занятиях	15
• Выполнения домашних заданий	10
• Самостоятельных работ	15
рубежная письменная контрольная работа	30
Устный ответ на экзамене	30
Итого	**100**

Методика формирования результирующей оценки.[2]

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-40 баллов:

рубежная аттестация - максимально 30 баллов; из них:

От 0 до 30 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ или указывается используемая при изучении данной дисциплины форма (письменная работа, коллоквиум, эссе и т.д.);

От 0 до 40 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Промежуточный контроль:

Для экзамена:

За устный ответ на экзамене студент получает 0-30 баллов.

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Сумма баллов	Название	Числовой эквивалент
86 - 100	отлично	5
71-85	хорошо	4
50-70	удовлетворительно	3

Аналогично для зачета.

Оценивание ответа студента на зачете

Характеристика ответа	***баллы***
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50

[2] В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (от 05.03.2018 г., пр.№ 47)

Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов) Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	**«Минимальный уровень»(50-70 баллов)** Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	**«Средний уровень»(71-85 баллов)** Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	**«Высокий уровень»(86-100 баллов)** Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
	Описание критериев оценивания		
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания,	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок,	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность

- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	которые следует выполнить.	ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на	устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» /незачтено	**Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»**	**Оценка «хорошо» / «зачтено»**	**Оценка «отлично» / «зачтено»**

Примерные тесты для рубежной аттестации:

№1. PR-это использование информации для влияния на:Выбор единственно правильного ответа

1. **общественное мнение**
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

№2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?Выбор единственно правильного ответа

1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. **с начала XX века**
4. с начала XXI века

№3 Что используется в PR для влияния на общественное мнение?Выбор единственно правильного ответа

1. **информация**
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

№ 4 Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?Выбор единственно правильного ответа

1. Деном Форрестолом
2. **Томасом Джефферсоном**
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

№ 5 Что является главной целью PR? Выбор единственно правильного ответа

1. **изменение общественного мнения**
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

№ 6 Что является объектом PR?Bbi6op единственно правильного ответа

1. **средства массовой информации**
2. общество
3. информация
4. коммерческие организации

№ 7 Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?Bbi6op единственно правильного ответа

1. религиозные организации
2. **общество**
3. органы государственной власти
4. бизнес организации

№ 8 Какая функция из перечисленных ниже не свойственна РИлВыбор единственно правильного ответа.)

1. формирование имиджа

2. изучение общественного мнения
3. анализ экономический деятельности предприятия
4. **исследование отношений в организации**

№ 9 Какая модель информационной политики не существует:
1. тоталитарная
2. **релятивисткая**
3. дисциплинарная
4. диалоговая

№10 Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?Выбор единственно правильного ответа
1. формирование общенациональных ценностей
2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
4. **создание новых рабочих мест**

№11 Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? Выбор единственно правильного ответа
1. определение проблемы
2. планирование программы
3. **оценка программы**
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

№ 12 PR - это (выберите единственное верное определение)
1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
3. **особая управленческая деятельность., направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью**
4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

№13 Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются: Выбор единственно правильного ответа
1. средства связи
2. **средства массовой информации**
3. службы PR
4. общественность

№14. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: Выбор единственно правильного ответа
1. телевидение
2. **филиалы организации на местах**
3. телеграфное агентство
4. радио

№15. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:Выбор единственно правильного ответа
1. новостной релиз
2. пресс-релиз
3. **стрингер**
4. медиа-кит

№16. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио:Выбор единственно правильного ответа

1. радиожурнал
2. радиопередача
3. **радиоприем**
4. новостная программа

№ 17. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информацииВыбор единственно правильного ответа

1. Телевидение
2. Радио
3. **Пресса**
4. Интернет

№18. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью

1. Кодекс ИПРА (IPRA)
2. Кодекс этики государственных служащих
3. **Трудовой кодекс**
4. Гражданский кодекс
5. Административный кодекс

№ 19. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"Выбор единственно правильного ответа

1. финансовые
2. материальные
3. **этические**
4. гражданские

№ 20. Что не может регулироваться нормами права в PR сфереВыбор единственно правильного ответа

1. Субъекты информационного воздействия
2. **Результаты PR акций**
3. Формы коммуникаций
4. Средства передачи информации

№ 21 . В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?Bbi6op единственно правильного ответа

1. **Существуют в виде кодексов профессионального поведения**
2. Существуют в виде государственных стандартов качества
3. Существуют в виде законодательно установленных правил

№ 22. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании № 23 PR-KaMnaHHH-3To:Bbi6op единственно правильного ответа

1. компания PR специалистов
2. **комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы**
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

№ 24 При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:(Выбор единственно правильного ответа.)
0) внешней целевой аудиторией
1) **внутренней целевой аудиторией**
2) ключевой аудиторией
3) корпоративной аудиторией

№ 25. "План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:Выбор единственно правильного ответа
0) анализа PR проблемы
1) **плана PR кампании**
2) анализа целевых аудиторий
3) определения рейтинга
№ 26. Бюджет PR кампании - это:Выбор единственно правильного ответа
0) сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности
1) сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации
2) сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы
3) сумма, которую закладывает организация на социальные нужды
№ 27 "Политическая PR кампания является:Выбор единственно правильного ответа
0) видом PR кампании
1) средством PR кампании
2) целью PR кампании
3) средством массовой информации

№ 28 Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:Выбор единственно правильного ответа
0) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании
1) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании
2) **определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании**
3) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании

№ 29 Что относится к одной из самых важная задача PR специалистов? Выбор единственно правильного ответа
0) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия
1) **сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис**
2) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства
3) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

№ 30 Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:Выбор единственно правильного ответа
0) да, отличаются
1) **нет, не отличаются**
2) иногда цели совпадают
3) иногда цели не совпадают

№ 31 Возникает ли у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании:Выбор единственно правильного ответа
0) всегда возникает
1) нет, не должно возникать
2) **иногда допустимо**
№ 32 Какую роль играет социальная реклама?Выбор единственно правильного ответа
0) реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем
1) реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике
2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях
3) **реклама направлена благотворительные цели**

№ 33 Какую экономическую роль играет реклама?Выбор единственно правильного ответа
0) реклама помогает сравнивать изделия
1) **реклама стимулирует покупателей покупать товары**
2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях
3) реклама вносит вклад в эстетические представления

№ 34. Что из перечисленного ниже является внутренней задачей PR служб коммерческого предприятия?Выбор единственно правильного ответа
0) Формирование ассортимента выпускаемой продукции
1) **Формирование оригинального имиджа организации**
2) Формирование кадрового резерва организации
3) Разработка новых технологий производства

№ 35 Работники бизнес организации являются целевой аудиторией для:Выбор единственно правильного ответа
бизнес PR
- политического PR
- PR силовых структур
- социального PR

№ 36 Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это:Выбор единственно правильного ответа
0) определение рекламы
1) **определение имиджа**
2) определение PR
3) определение товара

№ 37. Создание позитивного имиджа организации - этоВыбор единственно правильного ответа
0) определение миссии организации
1) **главная проблема PR в бизнесе**
2) задача социального PR
3) определение рекламы

№ 38. Что из перечисленного ниже входит в понятие корпоративного имиджа: Выбор единственно правильного ответа
0) имидж государственного лидера
1) имидж государственной политики
2) **имидж государственной организации**
3) имидж государственного флага

№ 39 Влияют ли на имидж организации ее финансовые показатели: Выбор единственно правильного ответа

0) да, влияют
1) влияют, если они ухудшаются
2) влияют, если они улучшаются
3) не влияют

№ 40 Избирательная кампания - этоВыбор единственно правильного ответа
0) процесс сбора информации о регионе, где баллотируется кандидат
1) **комплексный процесс по подготовке к выборам**
2) процесс организации встреч с избирателями
3) процессы явления адресных групп кандидата

№ 41. Годовое собрание акционеров является: Выбор единственно правильного ответа
0) политическим PR
1) **корпоративным мероприятием компании**
2) мероприятием по выходу из кризисной ситуации
3) социальным PR

№ 42 Акционеры компании являются: Выбор единственно правильного ответа
0) целевой аудиторией для политического PR
1) целевой аудиторией для внутрикорпоративного PR
2) целевой аудиторией для социального PR
3) целевой аудиторией для избирательной компании руководителя предприятия

№ 43 Информирование общественности по вопросам изменения законодательства является задачей:Выбор единственно правильного ответа
0) политического PR
1) бизнес-PR
2) **государственного PR**
3) социального PR

№ 44. Одной из задач государственного PR является: Выбор единственно правильного ответа
0) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти
1) обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях на дорогах
2) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
3) обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

№ 46 Что не является задачей государственного PR:Bbi6op единственно правильного ответа
0) Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти
1) Информирование общественности по вопросам законодательства
2) **Информирование о ценах на товары и услуги в регионе**
3) Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти

№ 47 Что из перечисленного ниже входит в задачи PR исследований:Выбор единственно правильного ответа
0) анализ изменения общественного мнения по итогам PR деятельности
1) прогноз развития организации
2) исследование зависимости числа клиентов от тарифной политики организации
3) оценка результатов PR кампании

№ 48 Исследованием ...Выбор единственно правильного ответа
0) начинается PR кампания
1) начинается и заканчивается PR кампания
2) заканчивается PR кампания
3) **завершается этап планирования**

№ 49 Укажите правильную последовательность этапов исследования:Выбор единственно правильного ответа
0) анализ информации - разработка программы исследований - сбор информации - формулировка выводов
1) разработка программы исследований - формулировка выводов - сбор информации - анализ информации
2) **определение цели исследования - разработка программы исследований - сбор информации - анализ информации - формулировка выводов**
3) сбор информации - разработка программы исследований - анализ информации - формулировка выводов

№ 50 Укажите наиболее затратное исследование из перечисленных ниже: Выбор единственно правильного ответа
0) анализ документов
1) контент-анализ
2) **анкетный опрос**
3) изучение результатов уже проведенных исследований

№ 51 Что из перечисленного ниже является полевым исследованием:Выбор единственно правильного ответа
0) контент анализ СМИ
1) изучение уже проведенных исследований
2) **анкетный опрос**
3) работа со статистическими справочниками

№ 52 Особенностью кабинетных исследований является то, что:Выбор единственно правильного ответа
0) они проводятся в непосредственном контакте с аудиторией
1) они проводятся поверхностно
2) **они проводятся без контакта с целевой аудиторией**
3) они позволяют получить лишь качественные показатели

№ 53 Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:Выбор единственно правильного ответа
0) сотрудников PR служб

1) **журналистов**
2) органов власти
3) специалистов

№ 54 Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс-конференции:Выбор единственно правильного ответа
0) пресс-папье
1) пресс-секретарь
2) пресс-кит
3) пресс-релиз

№ 55 Совокупность мнений индивидов относительно общей проблемы, затрагивающей интересы какой-либо группы людей - это:Выбор единственно правильного ответа
0) пресс- кит
1) **общественное мнение**
2) результат исследований

№ 56 Согласны ли Вы с тем, что "Общественным мнением легко манипулировать": Выбор единственно правильного ответа
0) Нет, не согласен
1) Да, согласен
2) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано
3) В тесте нет правильного ответа

№ 57 Географический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам: Выбор единственно правильного ответа
0) по полу
1) по психологическим характеристикам и образу жизни
2) по территориальным границам
3) по возрасту

№ 58 Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:Выбор единственно правильного ответа
0) по психологическим характеристикам
1) по полу, возрасту и т.п.
2) **по территориальным границам**
3) по образу жизни

№ 60 PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между: Выбор единственно правильного ответа
0) организацией и службами рекламы
1) организацией и средствами массовой информации
2) **организацией и ее общественностью**
3) организацией и службами PR

№ 61 Какое из средств массовой информации является самым массовым:
0)радио
1) **телевидение**
2) пресса

№ 62 Формирование стойкого мнения, отношения, взглядов, представлений путем доказательства привлекательности той или иной идеи или цели называется: Выбор единственно правильного ответа
0) внушением
1) убеждением
2) программированием
3) гипнозом

№ 63 Непосредственное привитие психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требующее никаких доказательств и не нуждающееся в логике называется:Выбор единственно правильного ответа
0) убеждением
1) принуждением
2) программированием

3) внушением

№ 64 Можно ли изменить общественное мнение, действуя на подсознательном уровне?Выбор единственно правильного ответа
0) Можно обычным принуждением
1) Можно технологиями нейро-лингвистического программирования
2) **Можно обычным убеждением**
3) Нельзя

№ 65 Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:Выбор единственно правильного ответа
0) черный PR
1) клевета (диффамация)
2) голубой PR
3) красный PR
№ 66 Директ-мэйл - это:Выбор единственно правильного ответа
0) веб-сайт директора компании
1) **прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам**
2) электронное письмо другу
3) электронный адрес

№ 67 Подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе является одной из задач:Выбор единственно правильного ответа
0) PR служб
1) **государственной информационной политики**
2) СМИ
3) маркетинговых исследований

№ 68 Создание и эффективное использование национальных информационных ресурсов является одной из задач:Выбор единственно правильного ответа.
0) PR служб
1) **государственной информационной политики**
2) СМИ
3) маркетинговых исследований

Система выставления оценок по итогам текущего контроля и промежуточной аттестации

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Баллы выставляются за все виды учебной деятельности обучающихся в рамках контактной и самостоятельной работы. Также возможно выставление «премиальных» баллов за дополнительные виды деятельности.

Положительная оценка по дисциплине должна быть выставлена по результатам текущего контроля без дополнительных испытаний в ходе промежуточной аттестации студенту, набравшему более 50 баллов.

Студент, набравший менее 50 баллов, для получения положительной оценки должен

пройти дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации. Баллы, набранные в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации, суммируются.

Студент, набравший в ходе текущего контроля более 56 баллов, но желающий повысить свой рейтинговый показатель, проходит дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации.

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	**Отметка о зачете**
86-100	зачтено
71-85	
50-70	
0-49	не зачтено

В случае прохождения студентом промежуточной аттестации баллы за прохождение испытания выставляется в соответствии со шкалой, представленной в таблице:

Критерии выставления баллов в ходе промежуточной аттестации

Шкала по БРС	Критерии оценивания
35-50	Ответы на вопросы логичные, обнаруживается глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий; очевидны содержательные межпредметные связи; представлена развернутая аргументация выдвигаемых положений, приводятся убедительные примеры; обнаруживается аналитический подход в освещении различных концепций; делаются содержательные выводы, демонстрируется знание специальной литературы в рамках учебного курса и дополнительных источников информации.
20-35	Ответы на вопросы изложены в соответствии с планом; в ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полное; не всегда очевидны межпредметные связи; аргументация выдвигаемых положений и приводимых примеров не всегда убедительна; наблюдается некоторая непоследовательность анализа материала; выводы правильные, речь грамотная, используется профессиональная лексика; демонстрируется знание основной литературы в рамках учебного курса.
15-20	Ответы недостаточно логически выстроены, план ответов соблюдается непоследовательно; раскрытие профессиональных понятий недостаточно развернутое; выдвигаемые положения декларируются, но не в полной мере аргументируются; ответы носят преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.

0-15	В ответах недостаточно раскрыты профессиональные понятия, категории, концепции, теории; наблюдается стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера; присутствует ряд серьезных неточностей; выводы поверхностные или отсутствуют.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589167
2. Связи с общественностью и реклама : учебно-методический комплекс / сост. С.В.Савкина ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный университет культуры и искусств, Институт информационных и библиотечных технологий и др. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012. - Ч. 1. Рекламоведение. - 40 с. : табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274255). - Текст : электронный.
3. Связи с общественностью и реклама : учебно-методический комплекс / сост. О.Н. Морева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный университет культуры и искусств, Институт информационных и библиотечных технологий и др. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2013. - Ч. 2. Связи с общественностью. - 63 с. : табл., схем. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274256 (). - Текст : электронный.
4. Булатова, С.И. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С.И. Булатова. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012. - 80 с. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790. - ISBN 978-5-8154-0229-4. - Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

1. Мишина, Л.А. Связи с общественностью: шпаргалка : [16+] / Л.А. Мишина ; Научная книга. - 2-е изд. - Саратов : Научная книга, 2020. - 32 с. : табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578510. - ISBN 978-5-9758-2014-3. - Текст : электронный.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 334 с. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный.

в) программное обеспечение, ЭБС, профессиональные базы и Интернет-ресурсы:

- необходимый для обеспечения данной дисциплины комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, а также электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор:

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)	Страна-производитель
1.	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
2.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
3.	OfficeStandard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
4.	Система тестирования SunravWEBClass	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)	Россия
5.	Программное обеспечение 1С:Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия	№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно	Россия
6.	Система компьютерной верстки MikTex	Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)	
7.	KasperksyEndpoint Security	До 22.01.2024	Россия
8.	Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw	Свободное программное обеспечение (бессрочно)	США
9.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№ 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагиат»	Россия
10.	Программное обеспечение 1С:Предприятие 8.3 Управление торговлей	№КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)	Россия
11.	Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8	№СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно	Россия
12.	Программное обеспечение 1С:бюджет.	№СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)	Россия
13.	Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»	Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)	СОГУ
14.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)	СОГУ
15.	Планы	№8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС	Россия
16.	VSDESK	№ 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И,А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022	Россия
17.	«Галактика»	от 14.03.2022г (примерная дата)	Россия
18.	DIRECTUMRX – Система электронного документооборота	ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)	Россия
19.	Услуги связи (доступ к сети интернет)	ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г	Россия
20.	MOODLE	Бесплатное российское	США (бесплатное российское)
21.	«Галактика РУЗ»	Лицензия бессрочная	Россия

		Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	
22.	Личный кабинет абитуриента	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
23.	Личный кабинет студента/сотрудника	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
24.	Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)	https://dvs.rsl.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
25.	ЭБС "Университетская библиотека ONLINE"	https://biblioclub.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
26.	ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	http://elibrary.ru. Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
27.	Универсальная баз данных EastView	https://dlib.eastview.com	США
28.	ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.	http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
29.	ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям	www.biblio-online.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
30.	КЭП (домен на Яндексе)	бесплатное	Россия
31.	РусГард	бесплатное	Россия
32.	ViPNet	бесплатное	Россия

Профессиональные базы данных и Интернет-ресурсы:

- Библиотека Гумер: Языкознание. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Index_Ling.php;
- Интерактивные словари русского языка на сайте ИРЯ им. В.Виноградова. URL: http://www.slovari.ru/lang/ru/;
- Российская государственная библиотека. URL: http://www.rsl.ru/;
- Российская национальная библиотека. URL: http://www.nlr.ru/;
- Университетская информационная система РОССИЯ. URL: http://www.cir.ru/;
- Словари русского языка: http: //www. slovari. ru.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	д. 44-46. Учебный корпус № 2 Ауд. 110
Библиотека, в том числе читальный зал: столы , стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса; Консультант плюс	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16

11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций от 25 августа 2026 г., протокол № 1.

Программа одобрена на заседании совета факультета журналистики от 29 августа 2026 г., протокол № 1.