



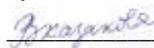
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

GR- коммуникации

Направление подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7

лекции не предусмотрены час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы час.

в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 0 /лаб. час.

всего часов аудиторной нагрузки 18 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 126 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект семестр

зачет 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 № 997

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента канд.полит.наук, Казакова В.А.

Составитель (ли): доцент, к.п.н. Паначёва А. С.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «GR- коммуникации» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» и относится к профессиональному циклу, его вариативной части и является обязательной дисциплиной.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (126 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Курс «GR- коммуникации», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие личностных качеств у обучающихся, а также формирования у них общекультурных и профессиональных компетенций.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, экскурсий, встреч с представителями государственной сферы, практических занятий, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Дисциплина «GR- коммуникации» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Политическая реклама», «Антикризисные коммуникации», «Организация и проведение PR-кампаний»

Цель курса «GR- коммуникации» - обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими познаниями и навыками профессиональной работы с технологиями связей с общественностью для использования в сфере взаимодействия с государственными структурами. Курс имеет чётко выраженную профессионально-практическую направленность, предполагает возможность использования различных вариантов организации занятий, включающих систему самостоятельных заданий.

Задачи курса:

- усвоить теоретические основы управления общественными отношениями;
- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;
- развить коммуникативные и организаторские навыки, аналитическое мышление.

Для успешного изучения дисциплины «GR- коммуникации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОПК-5 - умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК – 1 - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

ОК-11 - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-11 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знает	основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Умеет	использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Владеет	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	структуру коммуникационные кампании и мероприятия
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

В преподавании курса «GR- коммуникации» используются лекции и семинары, включающие практические занятия, ролевые игры, направленные на получение системы знаний в области рекламы и PR и формирование навыков менеджера в соответствующей области деятельности.

Наряду с изучением теоретических основ рекламы и PR, в учебном процессе анализируются многочисленные примеры из опыта отечественных и зарубежных рекламных компаний.

Успешное освоение данного курса позволит профессионалу в сфере рекламы и связей с общественностью принимать участие в разработке и реализации рекламной и информационной политики своей организации, создавать и редактировать рекламные материалы, защищать имидж и репутацию фирмы, учреждения, как в обычном режиме деятельности, так и в кризисных ситуациях.

II. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (18 ч.)

Семинар 1. Предмет и методологические основы изучения системы государственного управления (2 ч.)

1. Характеристика понятия «государственное управление».
2. Характеристика этапов развития теории государственного управления.
3. Государственное управление: функции, формы, методы.
4. Отличительные особенности «русской школы государственного управления».
5. Разбор и анализ проблемных ситуаций, предложенных преподавателем.

Семинар 2.

Государственное управление и государственная власть – основы взаимодействия. (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Понятие «власть», «государство».
2. Механизм взаимодействия власти и государственного управления.
3. Характеристика парламентов разных стран (доклады студентов).
4. Характеристика глав государств (доклады студентов).
5. Типология форм государственного правления и устройства.

Семинар 3. Организация государственного управления в России (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Характеристика системы государственных органов власти Российской Федерации (доклады студентов).
2. Особенности функционирования органов государственной власти в России (доклады студентов).
3. Современная законодательная база организации государственного управления в России.
4. Институт представительства президента РФ.
5. Разбор и анализ проблемных ситуаций.

Семинар 4. Организация государственного управления в зарубежных странах (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Характеристика особенностей государственного строя и функций органов законодательной, исполнительной и судебной власти США, Великобритании, Франции, Италии.

2. Доклады студентов с характеристикой организации государственного управления в различных странах (выбор студента).

3. Дискуссия о возможности использования зарубежного опыта организации государственного управления в современных условиях России.

Семинар 5. Методы и формы взаимодействия государственного управления и экономики (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Необходимость консенсуса между сферой экономики и государством.
2. Характеристика заинтересованных групп.
3. Институт лоббирования: российский и зарубежный опыт.
4. Разбор и анализ проблемных ситуаций.

Семинар 6. Государственное управление как процесс принятия и исполнения решений (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

Виды и формы государственных управленческих решений.

Отличительные особенности этапов принятия государственных управленческих решений.

Ситуация риска и неопределенности при принятии государственных управленческих решений.

Характеристика информации, необходимой для принятия управленческих решений.

Характеристика технологий принятия и реализации государственных управленческих решений.

Семинар 7. Территориальная организация государственного управления (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Понятие «федерализм». Специфика федеративной организации государственной власти в России.

2. Органы законодательной и исполнительной власти субъектов Российской Федерации

3. Современные задачи федерального центра в условиях усиления самостоятельности регионов России.

4. Характеристика организации государственного управления любого субъекта федерации (по выбору студента).

5. Дискуссия по проблемам современной территориальной организации государственного управления в России.

Семинар 8. Взаимодействие государственного и местного самоуправления (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Характеристика места и роли местного самоуправления в общей системе управления государством.

2. Направления и механизмы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления.

3. Направление и механизмы реформирования взаимодействия государственного и местного самоуправления в современной России.

4. Характеристика конфликтов во взаимоотношениях местного самоуправления и органов государственной службы.

Семинар 9. Предмет и методологические основы изучения системы муниципального управления (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Понятие «муниципальное образование».

2. Характеристика базовых моделей местного самоуправления.

3. Типология и критерии систематизации муниципальных образований в России.

4. Реформирование системы муниципального образования.

**II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «GR- коммуникации» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы

III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Связи с обществом (PR) как социальный феномен	ОК - 11	Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен) вопросы №1-8
			Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
			Владеет способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
2	Государство как субъект управления общественными процессами	ОПК-4;	Знает структуру коммуникационные кампании и мероприятия	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен). Вопросы: 9, 10, 20-25
			Умеет планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
			Владеет умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
3	Методы и формы взаимодействия	ОК - 11	Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен).

	твия системы государственного управления и бизнеса		<p>Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>Владеет способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>		<p>Вопросы: 8, 10, 12, 15-18, 21-25</p>
4	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	ОК - 11	<p>Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>Владеет способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3, ПР-11.	<p>УО-1 Устный опрос (экзамен) Вопросы: 14-25</p>

			<p>Умеет: применять на практике и самостоятельно анализировать материал по курсу, выявлять наиболее эффективные, инновационные технологии в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет: понятийно-категориальным аппаратом, методами планирования и технологиями осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии : ПР и реклама : учебное пособие для вузов / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2012. 280 с.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:693019&theme=FEFU>
2. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний

: учебник для вузов / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко.– М.: Академия, 2014. 270 с.

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:758365&theme=FEFU>

3. Осипов, Г. В. Моделирование социальных явлений и процессов с примен. матем. методов: Учеб. пос. / Г.В.Осипов и др.; Под общ. ред. В.А.Садовниченко - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014 - 192с.

<http://www.znaniium.com/bookread.php?book=474623>

4. Тавокин, Е. П. Исследование социально-экономических и политических процессов: Учебное пособие / Е.П. Тавокин. - 2-е изд., перер. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 216 с. <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=453621>

5. Тощенко, Ж. Т. Политическая социология [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Под ред. чл.-корр. РАН Ж. Т. Тощенко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, — 496 с. <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=457798>

6. Управление маркетинговыми коммуникациями : учебное пособие / Е. В. Носкова ; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента - Владивосток: Издательство ДВФУ, 2014. 211 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:742580&theme=FEFU>

7. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с.: 60x90 1/16.- ISBN 978-5-16-004922-9, 700 экз. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=369368>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. GR для эффективного бизнеса / А.Б. Шатилов, А.С. Никитин. - М.: Форум, 2015. - 160 с.

2. GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л. Сморгунова и Л.Тимофеевой. М.:Российская политическая энциклопедия, 2012. 408 с.

3. Абызов, А.Г. Методы социологических и прикладных исследований /

А.Г. Абызов, Е.Г. Мельников. - ИЭО СПбУУиЭ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета управления и экономики), 2011. – 173 с.

4. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 352 с.

5. Быков И. А., Дорский А. Ю. GR в Санкт-Петербурге: состояние, проблемы и перспективы // Медиаскоп. 2014. № 2. – С.32 – 45.

6. Быков И. А., Филатова О. Г. Government Relations: Современные теоретические подходы и практические решения // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 2013. С. 137-140.

7. Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] : Монография / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 224 с.

8. Государственно-частное партнерство: теория и практика/ В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др.; Гос. Ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом Гос. Ун-та – Высшей школы экономики, 2010.

9. Демчук, О.Н. Антикризисное управление / О.Н. Демчук, Т.А. Ефремова. – М.: ФЛИНТА, 2009. – 245 с.

10. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с.

11. Короткова, Т.Л. Исследования в менеджменте: пособие для магистров: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-25-4, 300 экз.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=450948>

12. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В.С. Комаровского. М.: РАГС, 2001. 520 с.

13. Теория антикризисного менеджмента / А.Н. Ряховская - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 624 с.: 60x90 1/16. - ISBN 978-5-9776-0352-2, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=504884>

14. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – М.: Аспект Пресс, 2014. - 159 с.

15. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с.

16. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник. – М.: Дашков и К, 2012. – 332 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5646

17. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.- <http://www.advertology.ru/>

4p.ru"- электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брендингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований - <http://www.4p.ru/main/index.php>

Comcon2 – сайт компании «Synovate Comcon», специализирующейся на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей - <http://www.comcon-2.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «GR- коммуникации» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

2 Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии. Студент в течении семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов.

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

Экзамен выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов тестирования и письменных работ.

VII. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VIII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине GR- коммуникации

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма подготовки очная

г. Владивосток
2016 г.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«GR- коммуникации»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	02.09 – 20.12	Подготовка к практическим занятиям	15 час.	Работа на практических занятиях
2.	02.09 – 20.12	Подготовка письменной работы (бриф/доклад/эссе)	15 час.	Защита письменной работы
3.	20.12 – 28.12	Подготовка к тестированию	15 час.	Тестирование в системе Blackboard
4	20.12 – 28.12	Подготовка к экзамену	27 час.	Устный опрос (экзамен)
		Всего	72	

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка письменного задания по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

3. Подготовка к тестированию по пройденной теме.

Задания для самостоятельной работы по теме: Технологии манипулирования массовым сознанием. Перечислите PR-действия СМИ с целью изменения общественного мнения способом введения в заблуждение для:

- нейтрализации оппозиции;
- увеличения «сторонников»;
- усиления степени доверия (за счет запугивания и передергивания фактов);
- изменения отношения к проблемной ситуации;
- достижения конечного результата — изменение мнения.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: эссе.

Задания для самостоятельной работы по теме : Координация рекламной, маркетинговой и PR-коммуникаций на примере деятельности отдельной фирмы. Определите круг возможных целей, достижение которых требует сочетания публич рилейшнз с другими видами социального управления.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: эссе.

Задания для самостоятельной работы по теме: Лоббирование как управленческая функция с целью воздействия на законодательную и нормативную деятельность. Приведите примеры «торговли» влиянием, определяя стратегию и тактические приемы, эффективность которых обусловлена мощной информационной осведомленностью.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: обсуждение.

Задания для самостоятельной работы по теме: Проведите ситуационный анализ кризисной ситуации, порожденной природными катаклизмами. Предложите специальные методы информационной политики (включая неформальные) и перечень практических действий по управлению ситуацией с использованием PR-коммуникаций.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: аналитический обзор или аналитическая записка.

Задания для самостоятельной работы по теме: Организация информационных служб органов государственной власти и местного самоуправления. Определение целей, задач, функций, структуры. Разработка заданных проблемных ситуаций.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: презентация, обсуждение.

Виды самостоятельной работы и методические указания

по их выполнению

Письменная работа (реферат).

Методические указания для самостоятельной работы

по подготовке и написанию реферата.

Реферат является кратким изложением проблемы теоретического или практического характера с формулировкой определённых выводов по

рассматриваемой теме. Избранная тема реферата изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. В отличие от курсовой работы, представляющей собой комплексное исследование проблемы, реферат направлен на анализ одной или нескольких научных работ.

Целями написания реферата являются:

- развитие у магистрантов навыков поиска актуальных проблем в изучении потребительского поведения в рекламном и PR-процессе на рынке товаров и услуг;

- развитие навыков краткого изложения материала с выделением только самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути исследуемой проблемы;

- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме научным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студентов максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;

- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;

- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;

- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании магистерской диссертации;

- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию реферата:

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться

должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться собственными выводами автора по исследуемой теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал - 1,5, размер шрифта - 14, поля: левое - 3см, правое - 1,5 см, верхнее и нижнее - 1,5см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину. После проверки текста и устранения замечаний студент защищает реферат в ходе практического (семинарского) занятия.

При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой,

умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине GR- коммуникации

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Форма подготовки очная

Владивосток

2016

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «GR- коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях, участие в групповых дискуссиях, коллоквиумах, пресс-конференциях, защита письменных заданий, докладов и эссе) по оцениванию фактических знаний, умений и навыков.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие: 10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ОК-11, ОПК-4) – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы; 8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ОПК-1): умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности; 7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ОПК-1, ОК-7), но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины (ОПК-1, ОК-7): неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций (ОПК-1, ОК-7)* определяется при защите реферата и при тестировании, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат, доклад, эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат, доклад, эссе оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

От 10-ти до 6-ти баллов - студент понимает базовые основы управление брендом, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации, доклада

оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
	Содержание критериев			

Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии Power Point частично. 3- 4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии Power Point и др.. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценки (письменный ответ)

- 100 - 86 баллов – если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной и знакомство с дополнительной рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- 85 - 76 баллов – знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В

целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- 75 – 61 баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

- 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

- 100 - 86 баллов – если ответ показывает 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; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

- 85 - 76 баллов – 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.

- 75 - 61 баллов – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры;

недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумением привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

- 60 - 50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание письменных заданий.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «GR- коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «GR- коммуникации» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Студент

допускается к сдаче экзамена, только если ему предварительно были зачтены практические работы, задания, тестирование, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Перечень экзаменационных вопросов

1. Сущность и понятие GR. Соотношение GR, PR и рекламы. GR и лоббизм.
2. Лоббизм как политико-правовой феномен. Виды лоббистской деятельности.
3. PR в структурах власти: нормативные основы и специфика применения.
4. Механизмы взаимодействия органов власти и бизнеса в рамках корпоративной социальной ответственности.
5. Основы взаимодействия органов власти с населением.
6. Сущность, этапы и методы принятия решений в системе государственного и муниципального управления. Особенности и проблемы разработки и реализации эффективных решений в государственном и муниципальном управлении.
7. Правовые основы взаимодействия власти, бизнеса и общества.
8. Взаимодействие органов власти с политическими партиями.
9. Некоммерческие организации как субъекты лоббистской деятельности.
10. Общее и особенное в технологиях PR, рекламы и маркетинга. Специфика использования в органах власти.
11. Интегрированные маркетинговые технологии в GR.
12. Роль социальной ответственности в социальном взаимодействии органов власти с населением.
13. Основные субъекты социального взаимодействия органов власти с населением.
14. Социокультурные основы взаимодействия органов власти с населением в современной России.
15. Содержание корпоративной социальной ответственности бизнеса в современных условиях.
16. Модели корпоративной социальной ответственности бизнеса.

17. Социально-психологические методы стимулирования развития социально ответственного поведения субъектов корпоративной социальной ответственности.

18. Правовые основы взаимодействия органов власти с населением в современной России.

19. Механизмы взаимодействия органов власти с НКО.

20. Механизмы взаимодействия органов власти с политическими партиями.

21. Применение современных теорий и подходов менеджмента в практике государственного и муниципального управления.

22. Роль профессиональной культуры и этики в осуществлении государственного и муниципального управления.

23. Исследования в системе государственного и муниципального управления: теоретико-методологические подходы, этапы и методы.

Роль исследований в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления.

24. Социальная политика РФ на современном этапе: сущность и тенденции развития.

25. Современные технологии противодействия коррупции в системе ГМУ.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «GR- коммуникации»**

86-100	<i>«отлично»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы показывает 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.
74-85	<i>«хорошо»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает 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.
61-73	<i>«удовлетворительно»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы свидетельствует о наличии некоторых знаний процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой

		<p>раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа.</p>
0- 60	«не удовлетворительно»	<p>Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности.</p>