

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 29.12.2024 22:21:58
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

**ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»**

Факультет юриспруденции и социальных технологий
Кафедра социологии управления



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Социологические методы в PR»

Направление подготовки	39.03.01 Социология
Магистерская программа	«Социология»
Учебный год	2022/2023

Донецк
2022

Рабочая программа учебной дисциплины «Социологические методы в PR» для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 39.03.01 Социология очной формы обучения

Автор,
разработчик: _____ доцент, канд.ист.наук, доцент Е.Ю. Сучкова _____

Программа рассмотрена на
заседании ПМК кафедры _____ «Социология» _____

Протокол заседания ПМК от _____ 26.08.2022 г. № 1 _____

Председатель ПМК _____ Я.А. Зырина

Программа рассмотрена на
заседании кафедры _____ Социологии управления _____

Протокол заседания кафедры от _____ 27.08.2022 г. № 1 _____

Заведующий кафедрой _____ Я.А. Зырина

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по учебной дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Цель изучения дисциплины – формирование теоретических знаний о сфере Public Relations, а также практических навыков применения PR-технологий в деятельности социальных организаций, при работе со СМИ, проведении PR-акций событийного характера.

Задачи учебной дисциплины:

- осмысление необходимости и цели связей с общественностью в социальной сфере;
- изучение основных проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, основных теорий и концепций, относящихся к сфере формирования общественного мнения;
- определение средств и методов PR в системе государственных и муниципальных служб социальной защиты населения;
- выяснение роли социального PR в формировании имиджа социальных служб и некоммерческих организаций.

Коды компетенций	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6.2	Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие PR; - сущность PR. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновать целесообразность применения PR; - пользоваться инструментами создания и распространения социальной рекламы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения PR-технологий; - навыками креативного мышления для создания имиджа в рамках социальной рекламы.
ОПК-1.1	Владение знаниями о специфике социальной, политической, экономической, духовной и экологической культур общественной жизни, характере их взаимодействия в современном мире, культуросоцентричности и качестве общественного и личностного развития	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - истоки развития PR; - историю развития PR. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявить историческую преемственность отдельных методов PR; - выявить историческую преемственность отдельных форм PR. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками представить развитие науки PR в исторической перспективе; - навыками применения нормативно-правовой базы PR в практической деятельности социального работника.

ПК-1.2	Способность комплексно использовать знания в области теории и практики управления в сфере социальной работы	Знать: - способы управления процессом PR; - понятие и специфику социальной рекламы.
		Уметь: - определять целевые группы общественности; - осуществлять социально-правовую экспертизу законодательства по отдельным направлениям PR-деятельности в социальной сфере.
		Владеть: - навыками взаимодействия со СМИ; - навыками взаимодействия с конкретными группами общественности.
ПК-2.1	Способность прогнозировать результаты принимаемых организационно-управленческих решений и готовность брать ответственность за их последствия	Знать: - формы и методы PR-сопровождения социальных мероприятий; - нормативно-правовое обеспечение PR-деятельности в сфере социальной работы.
		Уметь: - планировать и организовывать социально значимые мероприятия; - проводить социально значимые мероприятия.
		Владеть: - различными технологиями, обеспечивающими эффективное PR сопровождение социальных мероприятий; - конкретными методами и приёмами, обеспечивающими эффективное PR сопровождение социальных мероприятий.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Социологические методы в PR» относится к дисциплинам по выбору.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

При изучении учебной дисциплины «Социологические методы в PR» требуются знания и умения, полученные при изучении в рамках программы подготовки бакалавра социальной работы таких дисциплин, как «Социальные технологии и социальное прогнозирование», «Политология», «Социология организаций».

Кроме того, при изучении дисциплины «Социологические методы в PR» требуется актуализация знаний и умений, полученные при изучении учебных дисциплин «Психология конфликта», «Психология межличностных отношений».

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее

Одновременно с изучением дисциплины «Социологические методы в PR» изучаются дисциплины «Теория и практика управления в социальной работе», «Социальная работа с жертвами социально-экономических и природных катастроф».

3. Объем дисциплины в кредитах (зачётных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу обучающегося

Вид работы	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная Семестр № 3	Заочная Семестр
Общая трудоемкость	2	72		Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные контактные занятия (всего)			36		
В том числе:					
Лекции			18		
Семинарские занятия			18		
Самостоятельная работа			-		
Контроль			36		
Наличие курсовой работы			-		
Промежуточная аттестация					
Форма промежуточной аттестации			экзамен		

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения				Коды компетенций	Литература
	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Теоретические основы и принципы осуществления PR-деятельности										
Тема 1.1. Сущность и содержания PR	2		2	4					УК-6.2	Л.1.1; Э.1
Тема 1.2. Истоки и история развития PR	2		2	4					ОПК-1.1	Л.2.1; Э.2
Тема 1.3. Общественность и её группы	2		2	4					ПК-1.2	Л.1.2; Э.3
Тема 1.4. Управление процессом PR	2		2	4					ПК-2.1	Л.2.2; Э.4

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения				Коды компетенций	Литература
	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Итого по разделу:	8		8	16						
Раздел 2. Особенности применения PR-технологий в сфере социальной работы										
Тема 2.1. Основы PR-деятельности в социальной работе	2		2	4					УК-6.2	Л.1.3; Э.1
Тема 2.2. Применение PR-технологий в социальных организациях	2		2	4					ОПК-1.1; ПК-1.2	Л.2.3; Э.2
Тема 2.3. PR-сопровождение социальных мероприятий	2		2	4					ПК-2.1	Л.1.4; Э.3
Тема 2.4. Социальная реклама	2		2	4					УК-6.2	Л.2.4; Э.1
Тема 2.5. Интернет-технологии PR в социальной работе	2		2	4					ОПК-1.1	Л.1.5; Э.4
Итого по разделу:	10		10	20						
За семестр:	18		18	36						
Контроль				36						
ИТОГО				72						

5. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины (модуля)

5.1.	Перечень основной учебной литературы
Л.1.1.	Албегова И.Ф. Public Relations в социальной работе: учебное пособие / И.Ф. Албегова, Г.Л. Шаматонова. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – 104 с.
Л.1.2.	Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник / А.Д. Кривонос, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. – СПб: Питер, 2018. – 288 с.
Л.1.3.	Голуб О.Ю. Социальная реклама: учебное пособие / О.Ю. Голуб. – М.: Дашков и К, 2017. – 180 с.
Л.1.4.	Шакалов И.И. Роль и значение PR в реализации социальных проектов и современном российском обществе: диссертация... кандидата социологических наук: 22.00.04 / И.И. Шакалов. – Краснодар, 2016. – 142 с.
Л.1.5.	Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью: учебник / А.В.Кочеткова. – СПб: Питер, 2018. – 233 с.
5.2.	Перечень дополнительной литературы

Л.2.1.	Родникова Т.В. Роль и значение PR и социальной рекламы в практике социальной работы / Т.В. Родникова. – СПб: Белые ночи, 2017. – 172 с.
Л.2.2.	Селиверстова С.Э. Сущность социальной рекламы / С.Э. Селиверстова. – М.: Омега-Л, 2019. – 596 с.
Л.2.3.	Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. Учебное пособие для студентов вузов / Г.Г. Николайшвили. — М.: Аспект Пресс, 2018. — 191 с.
Л.2.4.	Магура М. Культура организации. Секреты мотивации или мотивация без секретов / М. Магура, М. Курбатова. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 351 с.
Л.2.5.	Петрушева В.И. Международные инновационные технологии / В.И. Петрушева. – М.: ОГИ, 2020. – 304 с.
5.3.	Перечень методических разработок
М.1.	Учебно-методический комплекс дисциплины «PR-технологии в социальной сфере» для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 39.04.01 «Социология» очной формы обучения, утверждённый на заседании кафедры «Социология управления» от 27.08.2020 г. (протокол №1).
5.4.	Перечень электронных ресурсов
Э.1.	Федеральный образовательный портал http://ecsocman.hse.ru/
Э.2.	Веб-сайт Института социологии РАН http://www.isras.ru/
Э.3.	Веб-сайт Фонда «Общественное мнение» http://club.fom.ru/
Э.4.	«Социологический журнал» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://jour.isras.ru/index.php/socjour/

6. Образовательные технологии

Основные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины:

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды ГОУ ВПО «ДонАУиГС» и при использовании ресурсов ЭБС).

Вид технологии и/или метода	
Традиционные образовательные технологии	Технология проблемного обучения
	Технология проведения учебной дискуссии
	Технология балльно-рейтингового контроля
Комбинированные технологии	Технология дистанционного обучения («кейс-технология», «Интернет-технология»)
Инновационные методы	Семинар-дискуссионная площадка
	Методика развития критического мышления

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий

Организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.
Использование электронных учебных пособий.

7.2. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение не применяется.

7.3. Перечень информационных справочных систем

Информационные справочные системы не используются.

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений) с последующим объединением оценок, и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация в форме экзамена позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом по дисциплине, и осуществляется в устной форме.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Результаты оцениваются согласно «Порядку организации учебного процесса в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Донецкая Академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» по государственной шкале и шкале ECTS.

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

<i>По шкале ECTS</i>	<i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i>	<i>По государственной шкале</i>	<i>Определение</i>
A	90-100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

8.3. Критерии оценки работы обучающегося

Критерии оценивания – система требований (описание и количественное измерение) к уровню знаний и умений, которые обучающийся должен

продемонстрировать для подтверждения результатов обучения. Формы текущего контроля разрабатываются и устанавливаются кафедрой, обеспечивающей соответствующие дисциплины.

Количество и сроки контрольных мероприятий, количество баллов, выделяемое на каждое из них, определяется разработчиком рабочей программы учебной дисциплины. Если на занятии обучающийся выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

Распределение баллов по видам учебной деятельности и формам обучения представлено в приведенной ниже таблице.

Распределение баллов по рейтинговой системе оценивания
по видам учебной деятельности (очная форма обучения)

3 семестр

Сумма баллов по разделу	Раздел 1					Раздел 2					Контроль знаний раздела учебной дисциплины - 4	Научная составляющая - 10	Сумма баллов за дисциплину 100
Темы	Т. 1.1	Т. 1.2	Т. 1.3	Т. 1.4	Контроль знаний раздела учебной дисциплины - 5	Т. 2.1	Т. 2.2	Т. 2.3	Т. 2.4	Т. 2.5			
Виды работ:													
Лекции	1	1	1	1			1	1	1	1	1		
Семинарские занятия	4	4	4	4			4	4	4	4	4		
Индивидуальные задания	2	2	2	2			2	2	2	2	2		
Самостоятельная работа	2	2	2	2			2	2	2	2	2		
Сумма баллов	36						45						

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также	Темы рефератов

		собственные взгляды на неё	
2	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
3	Тестовые задания	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
4	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений

Примерная тематика рефератов

1. PR-деятельность в практике социальной работы в США.
2. PR-деятельность в практике социальной работы в Германии.
3. PR-деятельность в практике социальной работы в Российской Федерации.
4. PR-деятельность в практике социальной работы в ДНР.
5. Проблема эффективности социальной рекламы.
6. Эволюция социальной рекламы.
7. PR-технологии в социальной работе с молодежью.
8. Современные компьютерные технологии в социальной сфере.
9. Роль СМИ и PR в социальной работе.
10. Способы противодействия черному PR.
11. Роль PR в продвижении услуг организаций социальной сферы.
12. Технологии взаимодействия социального работника с представителями СМИ.
13. Возможности электронно-сетевой социальной работы в обслуживании граждан пожилого возраста в зарубежных странах (государство на выбор).
14. Возможности электронно-сетевой социальной работы в обслуживании граждан пожилого возраста в ДНР.
15. Web-ресурс как PR-инструмент «третьего сектора».

Критерии оценивания рефератов

Максимально возможный балл, который можно получить за реферат — 3 балла. Данный балл является суммой баллов, полученной на каждом из критериев оценивания реферата по отдельности. Критерии оценивания реферата приведены ниже:

Полнота раскрытия материала, наличие собственной оценки

1 балл Реферированный материал раскрыт в полной мере, присутствует авторская оценка изложенного материала.

0 баллов Реферированный материал раскрыт в полной мере (возможно, с незначительными неточностями), но отсутствует авторская оценка изложенного материала.

1 балл Требования соблюдены в полной мере.

0 баллов Допущены небольшие отклонения от рекомендованного объема и/или незначительные неточности в оформлении материала.

Защита (изложение материала, ответы на вопросы)

1 балл Докладчик свободно и с соблюдением логической последовательности излагает основной материал, правильно отвечает на дополнительные вопросы.

0 баллов Докладчик свободно владел материалом, но допустил определенные неточности в изложении или логической последовательности материала, или допускает неточности в ответах на дополнительные вопросы.

Типовые тестовые задания для текущего контроля

1. Что такое «public relations»:

- а) связи с общественностью;
- б) деятельность по влиянию на мнение и поведение целевых аудиторий в чьих-либо интересах;
- в) организация воздействия на общественное мнение;
- г) полный комплекс всех возможных методов по продвижению товара или услуги.

2. Целевая общественность - это...

- а) группа людей, объединенных общей целью;
- б) группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель;
- в) группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду);
- г) группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования.

3. Сэм Блэк - это...

- а) автор фундаментальных трудов по public relations;
- б) человек, изобретший понятие «public relations»;
- в) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего;
- г) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары.

4. Мнение человека о чем-либо - это...

- а) полученное впечатление, ассоциации, образное представление человека о каком-либо предмете;
- б) осознанное отношение человека к предмету;
- в) совокупность информации и фактов о каком-либо предмете, которой обладает человек;
- г) публично озвученное человеком его представление о предмете.

5. Что такое имидж:

- а) публичный образ политика или иного известного человека;
- б) визуальный образ компании;
- в) образ PR-субъекта, сформировавшийся у целевой аудитории;
- г) целенаправленно создаваемый образ PR-субъекта.

6. Передача организацией своих PR-функций во внешнее тактическое управление и выполнение называется...:

- а) PR-менеджмент;
- б) PR-ауткоминг;
- в) PR-аутсорсинг;
- г) PR-консалтинг.

7. Какое понятие из перечисленных является лишним:

- а) пресс-конференция;
- б) пресс-клуб;
- в) пресс-папье;
- г) пресс-пакет.

8. Media relations - это...:

- а) одно из направлений деятельности в рамках public relations;
- б) вид коммуникативной деятельности, имеющий с public relations общие цели, но разные инструменты;
- в) редко употребляющийся синоним public relations;
- г) несуществующий термин.

9. Чем пресс-конференция отличается от брифинга:

- а) на пресс-конференции присутствует большее количество выступающих;
- б) брифинг проводят чаще в государственных организациях, пресс-конференцию - в организациях любой формы собственности и вида деятельности;
- в) на брифинге, в отличие от пресс-конференции, журналисты не могут задавать вопросы;
- г) брифинг собирают с целью передать краткое информационное сообщение, пресс-конференцию, чтобы подробно осветить информационный повод.

10. Если текст пресс-релиза не уместается на одной странице, то что лучше всего сделать:

- а) сделать пресс-релиз, состоящий из двух или более страниц;
- б) уменьшить шрифт;
- в) сосредоточиться на главном, отбросив все детали;
- г) оставить в пресс-релизе основные мысли, а остальное вынести в приложения.

11. Что такое «корпоративное издание»:

- а) издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью получения прибыли;
- б) издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью продвижения своих услуг и продуктов;
- в) издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью решения своих коммуникативных задач;
- г) издание, освещающее жизнь корпораций.

12. Какое понятие из перечисленных является лишним:

- а) афиша;
- б) плакат;
- в) постер;
- г) флаер.

13. Пресс-спонсорство - это...

- а) спонсорская поддержка компанией какого-либо издания с целью решения коммуникативных задач;
- б) целенаправленное освещение изданием деятельности организации в обмен на финансовую помощь, получаемую от этой организации;
- в) информационная поддержка средством массовой информации деятельности организации;
- г) один из видов социальной PR-деятельности.

14. Пресс-кит - это...

- а) подборка материалов для прессы;
- б) разновидность события с участием прессы;
- в) ролик, продвигающий печатное издание;
- г) принятое в профессиональной среде жаргонное обозначение опытного, авторитетного журналиста.

15. Мероприятие, в рамках которого в компанию приглашаются представители целевых аудиторий и специалисты организации рассказывают об ее деятельности, - это...

- а) бизнес-конференция;
- б) День открытых дверей;
- в) пресс-конференция;
- г) бизнес-семинар.

16. Пресс-тур - это...

- а) туристическая поездка, организуемая турагентством для журналистов на бесплатной основе с целью продвижения агентства;
- б) туристическая поездка, в которой наряду с простыми клиентами принимают участие известные журналисты (в том числе телезвезды);
- в) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы сделать это место более привлекательным для туристов;
- г) поездка в какое-либо место группы журналистов, организуемая для того, чтобы получить в СМИ отклики журналистов.

17. Case story - это...

- а) текст для выступления на презентации;
- б) история успешного проекта;
- в) один из жанров аналитической журналистики;
- г) материал для СМИ или иной целевой аудитории, в основе которого лежит какой-то конкретный случай.

18. Результатом работы PR-менеджера является...

- а) увеличение качества и количества упоминаний в СМИ об организации;
- б) изменение отношения к организации СМИ, влияющих на мнение и поведение целевых аудиторий;
- в) изменение отношения СМИ к организации, получившее выражение в конкретных публикациях;
- г) изменение мнения и поведения целевых аудиторий.

19. Как соотносятся между собой названия должностей «PR-менеджер» и «пресс-секретарь»:

- а) абсолютно одно и то же. В разных организациях так называется одна и та же должность;
- б) PR-менеджер и пресс-секретарь работают в одной команде, разными методами добиваясь одних целей;
- в) PR-менеджер имеет функции более широкие, чем у пресс-секретаря;
- г) пресс-секретарь выполняет функции, подчиненные PR-менеджеру.

20. Что такое «легенда брэнда»:

- а) история героя, олицетворяющего брэнд;

- б) реальная история, объясняющая целевой аудитории происхождение бренда и делающая его более привлекательным;
- в) совокупность историй, сюжетов и сообщений, с помощью которых достигается соответствие бренда ожиданиям целевой аудитории;
- г) сюжет ролика или статьи, посвященной бренду.

21. Креатив-бюро - это...

- а) специальный стеллаж для хранения креативных дизайнерских разработок;
- б) подразделение рекламного агентства;
- в) мозговой штурм, направленный на разработку креативных концепций;
- г) компьютерная программа, помогающая в написании креативных слоганов.

22. «Снежный ком» - это...

- а) метод написания пресс-релиза;
- б) метод рекрутинга респондентов на фокус-группы;
- в) метод проведения презентации;
- г) метод организации встречи с журналистами.

23. Открытый вопрос - это...

- а) вопрос, оставшийся нерешенным после дискуссии (ток-шоу, круглого стола);
- б) вопрос, подразумевающий ограниченное количество ответов;
- в) вопрос, подразумевающий ответ респондента в свободной форме;
- г) вопрос, не подразумевающий ответа.

24. Call-центр - это...

- а) агентство или подразделение по обработке входящих звонков и совершению исходящих;
- б) пункт междугородней связи;
- в) специализированный салон, в котором проводятся презентации компаний, работающих в сфере предоставления услуг связи;
- г) элемент современной архитектуры WEB-сервера.

25. Какой термин точнее всего объединяет следующие понятия: «web-форум», «книга жалоб и предложений», «маркетинг во время прогулки», «реакция зала»:

- а) методы исследования общественного мнения;
- б) формы получения обратной связи;
- в) формы тестирования новой продукции;
- г) методы public relations.

26. Аббревиатура AIDA скрывает ...

- а) схему воздействия рекламного или PR-текста;
- б) схему планирования рекламной или PR-кампании;
- в) схему анализа сильных и слабых сторон плана рекламной или PR-кампании;
- г) крупнейшую в мире сеть PR-агентств.

27. В каких случаях можно сказать, что у какой-либо организации «плохой» имидж:

- а) если этот имидж не соответствует существующим в обществе представлениям о респектабельной компании;
- б) если этот имидж не соответствует ожиданиям конкретной целевой аудитории;
- в) если этот имидж сознательно испорчен конкурентами организации;

г) если в прессе появляются негативные отзывы авторитетных журналистов о деятельности организации.

28. Услуга по организации выездных фуршетов, банкетов, кофе-брейков называется...

- а) кеаринг;
- б) кейтеринг;
- в) керимейкинг;
- г) копирайтинг.

29. Сетевые СМИ - это...

- а) региональные электронные СМИ (радио и телевидение), объединенные в федеральную ассоциацию или холдинг;
- б) радиостанции, вещающие по сетевому (проводному) радио;
- в) издания, распространяющиеся по модели сетевого маркетинга;
- г) интернет-СМИ.

30. Как называется крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations:

- а) РАСО;
- б) АКОС;
- в) ИССО;
- г) РАССО.

31. Н. Носов, «Незнайка на Луне»: «Сейчас самое главное - заставить бедняков раскошелиться и покупать наши акции, - говорил Мига. - А как их заставишь? Они не поверят, что где-то там на Луне лежат семена». «Нужны доказательства», - сказал Жулио. «Я уже все продумал, - ответил Мига. - Мы начнем с того, что поднимем шум вокруг этого дела. В первую очередь надо напечатать в газетах, что к нам прибыл коротышка с другой планеты. А когда все поверят, мы напечатаем, что этот космический коротышка привез семена, и тут же объявим об учреждении акционерного общества». Какой из терминов больше всего подходит к этому отрывку:

- а) формирование имиджа;
- б) создание репутации;
- в) создание информационного повода;
- г) отстройка от конкурентов.

Критерии оценивания тестовых заданий обучающихся

Контроль знаний разделов учебной дисциплины «Социологические методы в PR» проводится в виде решения обучающимися тестовых заданий. Тестовое задание считается решённым при абсолютно верном варианте ответа. По каждому из разделов обучающийся дневной формы может максимально получить 9 баллов:

- 9 баллов при верном решении 90 – 100 % тестовых заданий;
- 8 баллов – 80 – 89%;
- 7 баллов – 70 – 79%;
- 6 баллов – 60 – 69%;
- 5 баллов – 50 – 59%;
- 4 балла – 40 – 49%;
- 3 балла – 30 – 39%;
- 2 балла – 20 – 29%;
- 1 балл – 10 – 19%;

0 баллов – 0 – 9%.

Темы для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов

1. Объясните сущность такого явления как «PR».
2. Охарактеризуйте основные виды деятельности в рамках PR.
3. Раскройте основные принципы PR-деятельности.
4. Перечислите функции PR.
5. Охарактеризуйте основные этапы становления и институционализации PR как социальной практики и науки.
6. Охарактеризуйте основные этапы институционализации PR как социальной практики и науки.
7. Объясните сущность такого явления как «общественность».
8. Перечислите и охарактеризуйте типологии групп общественности.
9. Назовите этапы подготовки и проведения PR-кампании.
10. Раскройте специфику PR-деятельности в социальной работе.
11. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие PR-деятельность в ДНР.
12. Охарактеризуйте основные PR, применяемые в социальных организациях.
13. Раскройте понятие «социальное мероприятие».
14. Объясните каким образом можно обеспечить продвижение социальных мероприятий средствами PR.
15. Раскройте сущность и функции социальной рекламы.
16. Объясните особенности социальной рекламы по сравнению с коммерческой.
17. Проведите сравнение между американским и японским опытом деятельности в сфере социальной рекламы.
18. Объясните с помощью каких инструментов создаётся социальная реклама.
19. Объясните с помощью каких инструментов распространяется социальная реклама.
20. Раскройте потенциал социальных сетей Интернет.

Тематика докладов, сообщений

1. PR-деятельность в практике социальной работы в Великобритании.
2. PR-деятельность в практике социальной работы в Японии.
3. PR-деятельность в практике социальной работы в Испании.
4. PR-деятельность в практике социальной работы в Польше.
5. Пути достижения максимальной эффективности социальной рекламы.
6. Социальная реклама: история и современность.
7. PR-технологии в социальной работе с подростками.
8. Использование современных компьютерных технологий в социальной сфере.
9. Значение средств массовой информации и PR в социальной работе.
10. Механизмы противодействия черному PR.
11. Значение PR для продвижения услуг организаций социальной сферы.
12. Взаимодействия социального работника с представителями средств массовой информации.
13. Возможности электронно-сетевой социальной работы в обслуживании граждан пожилого возраста в США.
14. Возможности электронно-сетевой социальной работы в обслуживании граждан пожилого возраста в Российской Федерации.
15. Web-ресурс как PR-инструмент: возможности и сложности в использовании.

Оценивание знаний, умений и навыков, обучающихся осуществляется на семинарских занятиях. Оценивание осуществляет преподаватель, проводящий семинарские занятия. Планы семинаров доводятся до сведения обучающихся заранее. Обработка материалов заданий и оглашение результатов текущего оценивания возлагается на преподавателя, проводящего семинарские занятия.

Критерии оценивания устных ответов обучающихся на семинарском занятии

Максимальный балл за ответ на вопрос семинарского занятия (**3 балла**) ставится за ответ, который: показывает прочные знания основных аспектов изучаемой предметной области; отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует владение терминологическим аппаратом, умение объяснять сущность явлений и процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; показывает свободное владение монологической речью, является логичным и последовательным.

2 балла ставится за ответ, который: показывает прочные знания основных аспектов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы, демонстрирует владение терминологическим аппаратом, умение объяснять сущность явлений и процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; показывает свободное владение монологической речью, является логичным и последовательным; но допускает 1–2 ошибки или неточности в ответе, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

1 балл ставится за ответ, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся

Результаты самостоятельной работы обучающихся к семинарскому занятию могут быть представлены в таких формах как рукописный конспект докладов, перечень персоналий, глоссарий с основными терминами и т. п., подготовленными к семинарскому занятию.

Выставление баллов зависит от наличия, точности, качества и полноты выполненных видов работы. Наличие письменного материала, при степени раскрытия темы, достаточной для устного доклада или участия в дискуссии, оценивается в **1 балл** за одно семинарское занятие.

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме экзамена позволяет оценить уровень сформированности компетенций и осуществляется в устной форме.

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие PR.
2. Компоненты (основные виды деятельности) PR.
3. Принципы и функции PR.
4. Зарождение основ профессии PR.
5. Институционализация PR в США.
6. Первые PR-фирмы и создание научных основ PR.
7. Глобализация PR как профессиональной системы.
8. Понятие общественности.
9. Типология групп общественности.
10. Определение целевых групп общественности.
11. Планирование PR-кампании.
12. Первый этап PR-кампании: определение проблем PR.

13. Второй этап PR-кампании: планирование и программирование.
14. Третий этап PR-кампании: действие и коммуникация.
15. Основные понятия PR-деятельности в социальной работе.
16. Нормативно-правовые основы PR деятельности.
17. Роль и место PR в современной социальной работе.
18. Основные PR-технологии, применяемые в социальных организациях.
19. Опыт применения PR-технологий в благотворительных организациях.
20. Проблемы PR-деятельности в социальных организациях.
21. Социальные мероприятия как объект PR-сопровождения.
22. Продвижение социальных мероприятий средствами PR на общегосударственном уровне.
23. Продвижение социальных мероприятий средствами PR на региональном и местном уровнях.
24. Понятие и сущность социальной рекламы.
25. Инструменты создания и распространения социальной рекламы.
26. Эволюция социальной рекламы.
27. Отечественный и зарубежный опыт социальной рекламы.
28. Понятие Интернет-технологий PR.
29. Основные виды коммуникаций в сети Интернет.
30. Социальная сеть Интернета и ее PR-потенциал.

Критерии оценивания ответов обучающихся во время сдачи экзамена

«90 - 100» баллов ставится обучающемуся, показавшему творческий уровень усвоения дисциплины:

- если обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал; исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, может привести примеры;
- не затрудняется с ответом при видоизменении задания;
- свободно справляется с практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения;
- умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«75 – 89» баллов - обучающемуся, демонстрирующему продуктивный уровень усвоения дисциплины:

- если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос (допускается 1-2 ошибки или неточности, не искажающие суть излагаемого материала);
- может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«60 – 74» баллов выставляется за ответ на экзамене обучающемуся, демонстрирующему репродуктивный уровень усвоения дисциплины:

- если обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности,
- использует при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала;
- испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«0 – 59» выставляется за ответ на экзамене обучающемуся в случае, если:

- обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки;
- не может выполнить (или выполняет с большими затруднениями) практические задания.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основным методом изучения учебной дисциплины «PR-технологии в социальной сфере» является лекционно-практический, сочетающий лекции, семинары и самостоятельную работу обучающихся с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Лекционные занятия носят проблемно-объяснительный характер. Обучающиеся должны хорошо усвоить содержание лекций и ознакомиться с рекомендованной литературой. Необходимо убедиться в творческом осмыслении курса, проверить способность обучающихся определить главное в текстовых материалах, экстраполировать усвоенную методику анализа на исследование новых ситуаций. Рекомендуются в качестве инструментов исследования проблем курса компаративный и системный подходы.

Важное место в успешном овладении дисциплиной принадлежит *семинарским занятиям*, которые являются основными формами закрепления и промежуточного контроля знаний, полученных на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной работы. Семинарские занятия направлены на активизацию работы обучающихся в течение учебного периода, формирование и развитие потребности в инновационном подходе к индивидуальной самореализации в ходе овладения данным курсом и другими дисциплинами учебного плана.

На *консультациях*, проводимых преподавателем в рамках тематики учебной дисциплины «PR-технологии в социальной сфере», обучающийся получает исчерпывающие ответы на хорошо продуманные и четко сформулированные вопросы, которые оказались недостаточно усвоенными в ходе лекций и самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют и наращивают изученный на лекциях материал и осуществляют подготовку к семинарским занятиям. Самостоятельная работа предполагает самостоятельное ознакомление, изучение и закрепление обучающимися теоретических и практических положений, изученных в ходе лекций тем, дополнение лекционного материала положениями из рекомендованной литературы.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим научно-теоретического обобщения литературных источников, и помогают обучающимся глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи её изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана семинара. Такой подход преподавателя помогает обучающимся быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном.

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, указать обучающимся страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

1. Организационный.
2. Закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия обучающиеся под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у обучающегося, систематически ведущего записи, создаётся свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Важно развивать у обучающихся умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у обучающихся.

Преподаватель может рекомендовать обучающимся следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающегося

Самостоятельная работа обучающихся является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ.

Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления обучающегося, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим обучающимся.

Обучающийся в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Обучающемуся предоставляется

возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Обучающийся должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Целью самостоятельной работы обучающихся является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Этапы самостоятельной работы:

- осознание учебной задачи, которая решается с помощью данной самостоятельной работы;

- ознакомление с инструкцией об её выполнении;

- осуществление процесса выполнения работы;

- самоанализ, самоконтроль;

- проверка работ обучающегося, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Самостоятельная работа является важным элементом всей системы подготовки в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» и способствует лучшему усвоению и эффективному освоению учебного материала. К самостоятельной работе относятся такие виды работ, которые обучающиеся выполняют при подготовке ко всем аудиторным занятиям, в процессе подготовки индивидуальных задач, учебно-поисковой или научно-исследовательской деятельности, независимо от того, проводится ли она без участия или в условиях консультирования преподавателем вне расписания или по расписанию, регламентирующей самостоятельную подготовку.

Самостоятельная работа обучающихся является основной формой овладения знаниями в свободное от аудиторных занятий время.

По дисциплине «Социологические методы в PR» рекомендуются следующие виды самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение и углубленная обработка определённых разделов дисциплины и отдельных вопросов;

- изучение материала лекций по конспектам, учебниками и специальной литературой;

- подготовка к семинарским занятиям;

- выполнение индивидуальных заданий;

- написание рефератов;

- подготовка докладов на студенческие научные конференции.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность обучающихся к самостоятельному труду;

- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;

- консультационная помощь.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;

- углубления и расширения теоретических знаний;

- формирования умений использовать специальную литературу;

- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;

- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- развития исследовательских умений.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использованы зачеты, тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др.

Методические рекомендации по написанию рефератов

1. Реферат (от лат. *refereo* – сообщаю) – краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Это самостоятельная научно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на неё. Содержание реферата должно быть логичным; изложение материала носит проблемно-тематический характер. Тематика рефератов обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить и обучающийся.

Прежде чем выбрать тему реферата, автору необходимо выяснить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко её изучить.

2. Этапы работы над рефератом:

- формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию;
- подбор и изучение основных источников по теме (как правило, при разработке реферата используется не менее 8-10 различных источников);
- составление библиографии;
- обработка и систематизация информации;
- разработка плана реферата;
- написание реферата;
- публичное выступление с результатами исследования.

3. Реферат должен содержать план работы, включающий введение, логически связанный перечень вопросов позволяющих раскрыть выбранную тему и сформулировать полученные выводы, заключение, библиографический список.

4. Рекомендуемый объем реферата – от 15 до 25 страниц машинописного текста, не считая титульного листа. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10,5 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman Cyr, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная со второй страницы. Номер проставляется арабскими цифрами посередине сверху каждой страницы.

5. Каждый пункт плана должен начинаться с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, библиографическому списку. Текстовая часть работы начинается с введения, которое не считается самостоятельным разделом, поэтому не имеет порядкового номера. Введение есть структурная часть работы, в которой аргументируется выбор конкретной темы, обозначается её актуальность, ставятся цели и задачи, которые предполагается решить. Введение по объёму может быть от одной до двух страниц. Текстовая часть работы завершается заключением, которое, как и введение не рассматривается в качестве самостоятельного раздела и тоже не имеет порядкового номера. Заключение может быть выполнено в объёме от одной до двух страниц и содержит основные выводы, к которым пришёл обучающийся при выполнении реферата.

6. Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены обучающимся при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу магистранта, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Чтобы избежать ошибок при описании какого-либо источника, необходимо тщательно сверить его со сведениями, которые содержатся в соответствующих выписках из каталогов и библиографических указателей. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся остальная литература в алфавитном порядке; источники из сети Интернет. Все цитаты и любые не общеизвестные сведения (мнения специалистов, цифры, факты, и пр.), почерпнутые из этих источников, должны иметь свои ссылки или сноски. Переписанные без ссылок и сносок монографии, учебники, рефераты, статьи из журналов расцениваются как неудовлетворительная работа. Минимальное количество источников – пять, причем статьи и заметки из газет и ненаучных журналов, конспекты лекций и семинарских занятий источниками не признаются.

7. Реферат должен быть сдан не позже оговоренной с преподавателем даты.

Завершающим этапом изучения дисциплины является экзамен

Критериями успешной сдачи экзамена по дисциплине являются: усвоение теоретического материала; активное участие на семинарских занятиях; выполнение всех заданий в рамках самостоятельной работы обучающегося; успешное выполнение тестовых заданий.

При подготовке к экзамену (в конце семестра) повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе.

Использовать конспект лекции и литературу, рекомендованную преподавателем. Следует обращать внимание на темы учебных занятий, пропущенных обучающимся по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Готовится к экзамену необходимо последовательно, с учетом вопросов, разработанных преподавателем. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников (учебных пособий). При этом необходимо делать выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если можно ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме.

Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед экзаменом за счёт обращения не к литературе, а к своим записям.

Любой вопрос при сдаче экзамена необходимо излагать с позиции значения для профессиональной деятельности специалиста. При этом важно показать значение и творческого осмысления задач.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При изучении дисциплины используются лекционные аудитории имеющиеся в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

**СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
НА 2022/2023 УЧЕБНЫЙ ГОД**

PR-технологии в социальной сфере

дисциплина

39.04.02 «Социальная работа»

направление подготовки/специальность

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)

ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)

УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата
