

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 04.09.2024 19:45:40  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ- ФИЛИАЛ РАНХиГС**

---

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

УТВЕРЖДЕНО  
Директор СЗИУ РАНХиГС  
А.Д.Хлутков

Электронная подпись

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА  
«Современные методы и технологии в изучении социальных проблем  
общества»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛИНЫ  
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.ДВ.05.02 Медиаизмерения**

39.03.01- Социология

Очная/заочная

Год набора - 2024

Санкт-Петербург, 2024

**Автор–составитель:**

Кандидат филологических наук, доцент  
Сосновская А.М.

**Заведующий кафедрой** социальных технологий: доктор политических наук, доцент,  
профессор кафедры социальных технологий И.А. Ветренко.

**РПД Б1.В.ДВ.05.02 «Медиаизмерения»** одобрена на заседании кафедры социальных технологий.

Протокол №7 от «27» июня 2024г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	10
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	21
6. Методические материалы для освоения дисциплины.....	26
7. Учебная литература и ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет»	
7.1. Основная литература.....	30
7.2. Дополнительная литература.....	30
7.3. Нормативно-правовые документы и иная правовая информация.....	31
7.4. Интернет-ресурсы.....	31
7.5. Иные источники.....	32
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	32

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Медиа-измерения» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен проводить измерения и работать с базами данных в различных социальных сферах	ПКс-1.3.	Способен проводить социологические измерения различных сфер жизни общества, работать с первичными и вторичными базами данных
ПКс-7	Способен отбирать, классифицировать и корректно интерпретировать обобщенную профессиональную информацию при подготовке научных отчетов и презентации результатов исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПКс-7.1.	Способен использовать современные методы и технологии оформления и презентации профессиональной информации при подготовке научных отчетов и результатов исследований

1.2. В результате освоения дисциплины «Медиа-измерения» у бакалавров должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
На основании Форсайт-сессии, проведенной представителями Центра социологических исследований РАНХиГС, Международного центра современной социологической теории МВШСЭН, 04.июня 2019г ПЗ/ Организация работы по сбору данных социологического исследования ПД/Сбор данных из первичных и вторичных источников	ПКс-1.3.	<b>На уровне знаний:</b> основные законы общественно-коммуникационного процесса, методы передачи информации и их специфику <b>На уровне умений:</b> Подбирать корректные методы исследования PR-процессов, проводить исследования и обрабатывать их результаты <b>На уровне навыков:</b> способность к организации работы по сбору данных социологического исследования, в том числе методом медиа-измерений
На основании Форсайт-сессии, проведенной представителями Центра	ПКс-7.1.	<b>На уровне знаний:</b> обладать знаниями в области оформления ГОСТов, необходимых для оформления отчетов;

<p>социологических исследований РАНХиГС, Международного центра современной социологической теории МВШСЭН, 04.июня 2019г</p> <p>ПЗ/ Организация работы по сбору данных социологического исследования</p> <p>ПД/Ввод данных с применением программного обеспечения, соответствующего задаче и типу данных</p>		<p>технологий представления и продвижения результатов исследований</p> <p><b>На уровне умений:</b> Использовать специализированные программы для обработки данных и составления научных отчетов, презентаций</p> <p><b>На уровне навыков:</b> формулировать, презентовать и представлять результаты и практикоориентированные рекомендации для заказчиков</p>
---	--	---

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа, 54 астрономических часа.

### Объем дисциплины и виды учебной работы для очной формы обучения

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ.часах/астр часах) Очное	Трудоемкость (в академ.часах/астр часах) Заочное
<b>Общая трудоемкость</b>	72/54	72/54
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	36/27	8/6
Лекции	16/12	4/3
Практические занятия	20/15	4/3
Консультации	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	36/27	60/45
<b>Контроль</b>	-	4/3
Формы текущего контроля	устный опрос, практические задания, тестирование, лабораторная работа, доклад,	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	зачет	

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Социологические методы в PR» (Б1.В.ДВ.05.01, 8 семестр, 4 курс – очная форма обучения, 10 семестр 5 курс (заочная форма обучения)) относится к блоку дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.5 учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 39.03.01 «Социология, направленность (профиль) " Современные методы и технологии в изучении социальных проблем общества " и изучается студентами на 4 курсе.

**Дисциплина реализуется одновременно с:** Б1.В.ДВ.05.02 Медиа-измерения.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziiu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					СР О	Форма текущего контроля  успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КС Р		
1	Типология информационных источников. Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов. Понятие «медиа-измерения».	8	4		4		0	УО, Д, Т
2	Мониторинговые компании. Услуги компаний. Основные продукты мониторинга.	6			4		2	УО, Д, Т
3	Общественное мнение. Измерение	8					4	УО, Д, Т

	общественного мнения.		4					
4	Мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете. Инструменты мониторинга.	6			4		2	УО, Д, Т
5	Социологические методы анализа медиатекстов. Менеджмент новостей.	8	4				4	УО, Д
6	Оценка эффективности работы PR-подразделения или PR-проекта. Аналитические компьютерные программы для работы с текстами.	8			4		4	УО, Д, ПЗ
7	Планирование PR-деятельности.	8					8	УО, Д, ПЗ
8	Технология работы с Информацией.	4					4	УО, Д, Т
9	Контент-анализ как метод исследования.	8			4		4	УО, П, ЛР
10	Специфика анализа материалов СМИ сотрудниками пресс-служб.	8	4				4	Д, ЛР
<b>Промежуточная аттестация</b>								<b>зачет</b>

Всего(акад. час./астр. час.):	72/54	16/12		20/15		36/27
-------------------------------	-------	-------	--	-------	--	-------

**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					СР О	Форма текущего контроля  успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КС Р		
1	Типология информационных источников. Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов. Понятие «медиа-измерения».	8	2				6	УО, Д, Т
2	Мониторинговые компании. Услуги компаний. Основные продукты мониторинга.	6					6	УО, Д, Т
3	Общественное мнение. Измерение общественного мнения.	8	2				6	УО, Д, Т
4	Мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете. Инструменты мониторинга.	8			2		6	УО, Д, Т
	Социологические методы анализа медиатекстов.							

5	Менеджмент новостей.	6					6	УО, Д
6	Оценка эффективности работы PR-подразделения или PR-проекта. Аналитические компьютерные программы для работы с текстами.	6					6	УО, Д, ПЗ
7	Планирование PR-деятельности.	6					6	УО, Д, ПЗ
8	Технология работы с Информацией.	8			2		6	УО, Д, Т
9	Контент-анализ как метод исследования.	6					6	УО, П, ЛР
10	Специфика анализа материалов СМИ сотрудниками пресс-служб.	6					6	Д, ЛР
<b>Промежуточная аттестация</b>								<b>зачет</b>
<b>Контроль</b>		4/3						
<b>Всего(акад. час./астр. час.):</b>		<b>72/54</b>	<b>4/3</b>		<b>4/3</b>		<b>60/45</b>	

\* *формы текущего контроля успеваемости:*

УО – устный опрос

Т– тестирование

П– проект

ПЗ – практические задачи

Д- доклад

ЛР- лабораторная работа

Используемые сокращения:

Л- занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР- лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ- практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР- индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ- занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО- самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

**\*При реализации дисциплины с использованием ДОТ преподаватель самостоятельно адаптирует форму текущего контроля, указанного в таблице, к системе дистанционного обучения.**

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства, и том числе на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

### **3.2. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Типология информационных источников. Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов. Понятие «медиа-измерения».**

СМИ – важнейший источник информации и предмет серьезного анализа многих организаций. Контент как ядро процесса коммуникации. Основные профессиональные термины и понятия PR: пресс-служба, пресс-секретарь, предприятие, PR – коммуникация, СМК средства массовой коммуникации, медиа-текст, целевая аудитория. Типология информационных источников. Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов. Медиаизмерения, или рейтинговые исследования аудитории СМИ. Практическая деятельность по изучению и сбору численных и качественных данных медиаканала и аудитории, проводимое с целью исследования эффективности средств массовой информации. Основные показатели медиаизмерений. GRP (англ. Gross Rating Point) — масштабность использования рекламного инструмента; Индекс частотности (frequency) — среднее число рекламных контактов каждого потенциального потребителя, входящего в целевую аудиторию, на которую рассчитывает производитель; Охват (reach) — аудитория, имеющую хотя бы один контакт с рекламной компанией в установленный промежуток времени. Рейтинг СМИ.

#### **Тема 2. Мониторинговые компании. Услуги компаний. Основные продукты мониторинга.**

Мониторинг российских и западных СМИ всех уровней по заданным тематикам. Мониторинг состояния и перспектив развития рынков товаров и услуг в любой сфере бизнеса. Отслеживание упоминаний организаций, компаний, торговых марок и персоналий. Мониторинг прошедших, настоящих и будущих событий. Подготовка пресс-клиппингов и пресс-дайджестов. Анализ состояния и перспектив развития рынков товаров и услуг в любой сфере бизнеса. Анализ позиционирования в СМИ организаций, компаний, торговых марок и персоналий. Анализ позиционирования в СМИ основных конкурентов клиента. Анализ уровня и характера "информационной отдачи" отдельных мероприятий.

Подготовка статистических характеристик, выводов и рекомендаций, выявление основных тенденций.

#### **Тема 3. Общественное мнение.**

Сущность общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как «социальная власть». Субъект общественного

мнения. Социальная база разнообразия мнений. Проблема монизма и плюрализма общественного мнения, «большинства» и «меньшинства», количества и качества, единодушия расхождения мнений. Общественное мнение и масс-медиа.

Коммуникационные аспекты общественного сознания. Элементы коммуникационного процесса. Коммуникационные модели. Коммуникационные барьеры. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения. Динамическая структура общественного мнения. «Окно Овертона». Концепция «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Лидер общественного мнения, доверие, критика, ответственность, нетерпимость. Средства формирования общественного мнения: пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение. Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения. Измерение общественного мнения: «общественное мнение не существует» П.Бурдьё. Технологии использования общественного мнения в социальной работе.

#### **Тема 4. Мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете. Инструменты мониторинга.**

Компьютерные аналитические системы: полнотекстовые или фактографические. Методы обработки фактографических данных: OLAP-анализ и Data Mining (выявление последовательностей, ассоциаций, деревья решений и т. д.). Методы анализа текстов: тематическое рубрицирование входящего потока документов и подсчет статистики встречаемых слов и словосочетаний. Подсчет статистики встречаемых слов. Полнотекстовое индексирование содержимого документов.

#### **Тема 5. Социологические методы анализа медиатекстов. Менеджмент новостей.**

Создание и ведение базы данных по целевым аудиториям как основы взаимодействия с ними. Следование информационной стратегии и принципам корпоративной идентичности организации (предприятия). Обеспечение обратной связи с целевыми аудиториями. Основные формы работы с журналистами. Менеджмент новостей и информационное управление репутацией (имиджем) организации социальной сферы. Технология создания информационного повода в социальной сфере. Актуальность информации. Шкала информационной ценности. Информация и составляющие репутации. Особенности организации и сферы применения дискуссионных форм и специальных событий. Технология продуктивной дискуссии. Внутренние коммуникации: печатные корпоративные коммуникации; аудиовизуальные корпоративные коммуникации, Интернет. Миссия организации социальной сферы, конструирование имиджа, корпоративная философия и анализ PR-деятельности. Репутационный менеджмент в социальной работе. GR (Government Relations) или отношения с властными структурами. Технологии связей с общественностью в общественных и волонтерских организациях. Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации.

#### **Тема 6. Оценка эффективности работы PR-подразделения или PR-проекта. Аналитические компьютерные программы для работы с текстами.**

Общие принципы измерений. Перечень наиболее часто используемых и рекомендуемых измерений. Сравнительный анализ СМИ. Доля цитат главы или спикера компании по сравнению с конкурентом. Доля видимости. Доля мнений. Аналитические компьютерные программы для работы с текстами: SPSS, NVIVO.

#### **Тема 7. Планирование PR-деятельности.**

Планирование PR-деятельности. Система RACE, используемая в реализации PR-проектов. Движение информации в универсальной коммуникационной цепи: передатчик информации – приемник информации – обратная связь. Медиакарта. Медиадосье. Медиа-планирование. PR-программа предприятия социальной сферы. Критерии оценки эффективности PR-программы и PR-деятельности в социальной работе.

### **Тема 8. Технология работы с информацией.**

Производство и позиционирование новостей для СМИ. Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ: пресс-конференций, брифингов, пресс-туров, приемов, презентаций и др. Подготовка пресс- пакетов (пресс-китов). Рассылка информации. Публичное выступление первого руководителя (спичрайтинг). Технологии усиления информационного повода. Подготовка ньюсмейкеров. Спиндокторинг. Разрешение конфликтных ситуаций с представителями СМИ. Виды PR-текстов: бэкграундер, факт-лист, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори, ньюслеттер, пресс-ревью, эдиториал

### **Тема 9. Контент-анализ как метод исследования.**

Цели, задача и специфика социальной рекламы. Рекламные методы формирования имиджа организаций социальной сферы. Социально-психологические особенности производства социальной рекламы. Контент-анализ как метод исследования. Контент-анализ социальной рекламы. Использование различных видов рекламы в ходе проведения социальных рекламных кампаний: печатная, наружная телевизионная, радио-Интернет-рекламы. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в социальной сфере. Разработка креативных концепций социальной рекламы, тиражирование и размещение плакатов социальной рекламы. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в социальной сфере. Основные критерии качества и действенности социального рекламного проекта. Критерии эффективности рекламной деятельности в социальной сфере.

### **Тема 10. Специфика анализа материалов СМИ сотрудниками пресс-служб.**

Разработка (корректировка) медиаплана. Формирование базы журналистов и других референтных лиц. Рейтинг пресс-материалов. Разработка сценариев социальных акций, подбор экспертов. Оценка эффективности проекта (разработка показателей эффективности, их мониторинг и анализ). Организация социально значимых акций с участием СМИ. Проведение информационных мероприятий для СМИ. Организация информационных кампаний в социальных сетях. Организация и проведение пресс-конференций.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

4.1. В ходе реализации дисциплины «Медиа-измерения» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<b>Тема занятия</b>		<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
Тема 1.	Типология информационных источников. Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов. Понятие «медиа-измерения»..	Слушание докладов по медиатекстам. Устный опрос, демонстрирующий понимание классификации уровней восприятия и анализа медиатекстов, понятия «медиа-измерения». Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 2.	Мониторинговые компании. Услуги компаний. Основные продукты мониторинга.	Слушание докладов по мониторинговым компаниям в Интернете.. Устный опрос о по основным продуктам мониторинга. Тестирование по основным вопросам

		темы.
Тема 3.	Общественное мнение. Измерение общественного мнения.	Устный опрос, демонстрирующий понимание феномена общественного мнения. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 4.	Мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете. Инструменты мониторинга.	Устный опрос о мониторинговых онлайн-сервисах в Интернете и инструментах мониторинга. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 5.	Социологические методы анализа медиатекстов. Менеджмент новостей.	Устный опрос по социологическим методам анализа медиатекстов; Доклады по менеджменту новостей в СМИ.
Тема 6.	Оценка эффективности работы PR-подразделения или PR-проекта. Аналитические компьютерные программы для работы с текстами	Устный опрос об эффективности работы PR. Слушание докладов. Практическое задание: работа в аналитических компьютерных программах для работы с текстами
Тема 7.	Планирование PR-деятельности.	Практическое задание: планирование PR-деятельности. Устный опрос. Слушание докладов.
Тема 8.	Технология работы с Информацией.	Устный опрос о сущности технология работы с информацией. Слушание докладов. Тестирование по основным вопросам темы.
Тема 9.	Контент-анализ как метод исследования.	Устный опрос о сущности контент-анализа как метода исследования. Лабораторная работа: контент-анализ социальной рекламы. Проект: контент-анализ социальной рекламы в социальных сетях.
Тема 10.	Специфика анализа материалов СМИ сотрудниками пресс-служб.	Лабораторная работа: анализ материалов СМИ сотрудниками пресс-служб (кейсы). Слушание докладов.

Проект выполняется группой в количестве 4-5 обучающихся и имеет групповое авторство. При этом учитывается индивидуальный вклад каждого обучающегося в общее дело.

Основные этапы проектной работы в группах отражены в Таблице 8.

**Таблица 8**

<b>Этап, №</b>	<b>Наименование этапа</b>	<b>Общий порядок выполнения этапа</b>
<b>Этап 1</b>	Обоснование актуальности, формулирование целей и показателей проекта.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Определяются формальные основания для инициации проекта;</li> <li>• определяются проблемы и выявляются противоречия в сложившейся проблемной ситуации. Обосновывается актуальность проектного предложения;</li> <li>• определяются цели и показатели проектного решения;</li> </ul>
<b>Этап 2</b>	Формирование задач проекта и описание ожидаемых результатов, как продуктов решения задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формулируется проектная идея и переводится в формат задач проекта;</li> <li>• раскрываются базовые подходы к решению каждой задачи через способы, этапы и формы достижения целей;</li> <li>• на основе принятых механизмов реализации способов, этапов и форм достижения целей формулируются ожидаемые результаты проекта;</li> <li>• определяются ограничения и допущения проекта;</li> <li>• формируются первые разделы пояснительной записки;</li> <li>• создаётся презентация.</li> </ul>
	Предзащита 1 и 2 этапов разработки проекта в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• насколько результаты обеспечивают возможности достижения принятых целевых показателей проекта?</li> <li>• насколько корректно сформулированы задачи управленческого проекта?</li> <li>• отражает ли последовательность способов, этапов и другого инструментария решения задач логику достижения цели проекта?</li> <li>• насколько механизмы реализации проектного решения в каждой задаче влияют на изменение результатов и целевых показателей проекта?</li> <li>• насколько обоснованы принятые ограничения и допущения проектного решения.</li> <li>• согласованы ли между собой положения первого и второго этапов?</li> <li>• качество исполнения слайдов презентации.</li> </ul>

<b>Этап 3</b>	Разработка модели функционирования результатов проекта, обоснование выгод для заинтересованных сторон, рисков и бюджета проекта.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Разрабатывается модель функционирования результатов проекта после передачи их в эксплуатацию (после завершения проекта);</li> <li>● составляется реестр заинтересованных сторон с обоснованием выгод каждой стороны от реализации проекта;</li> <li>● формируется реестр рисков и возможностей проекта для минимизации последствий вредного воздействия на проект и максимизации пользы проектного решения;</li> <li>● оценивается стоимость проекта и разрабатывается его бюджет;</li> <li>● заполняются новые слайды презентации.</li> </ul> <p>Формируются все разделы пояснительной записки.</p>
	Предзащита 3 этапа в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● насколько полно представлена модель функционирования результатов проекта после его завершения?</li> <li>● насколько аргументированы ожидания каждой заинтересованной стороны от реализации проекта?</li> <li>● насколько корректно и качественно сформулированы риски проекта?</li> <li>● насколько действенны мероприятия по предупреждению рисков и реализации возможностей проектного решения?</li> <li>● насколько качественно определена стоимость и бюджет проекта.</li> <li>● согласованность всех разделов проекта.</li> <li>● качество исполнения слайдов презентации.</li> </ul>
<b>Этап 4</b>	Доработка визуального представления проекта (презентации) и пояснительной записки в единой логике.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Проверка общей логики проекта и его практической реализуемости.</li> <li>● Проверка эффективности его визуального представления. Доработка пояснительной записки.</li> </ul>

	Предзащита всего проекта в формате дискуссионной панели с преподавателем.	<p>На предзащиту выносятся презентация, пояснительная записка к проекту в формате паспорта проекта объемом от 15 до 30 стр.</p> <p>Предметами дискуссии являются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• насколько все шаги разработки предложений по проекту согласованы между собой?</li> <li>• насколько логично и полно представлен проект?</li> <li>• насколько убедительна аргументация основных положений проекта?</li> <li>• качество исполнения слайдов презентации;</li> <li>• качество пояснительной записки по полноте раскрытия содержания, ясности изложения ключевых положений, строгости логики и правильности оформления.</li> </ul>
<b>Этап 5</b>	Устранение замечаний	По результатам предзащиты проводится устранение замечаний, доработка представления слайдов. Производится доработка пояснительной записки.
	Защита проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Защита проекта осуществляется в установленном порядке на последнем практическом занятии.</li> <li>• Время на доклад по основным положениям проектного предложения не более 7 минут.</li> <li>• Время на вопросы и ответы на них 10-15 минут. В ответах на вопросы принимают участие все разработчики защищаемого проектного решения.</li> </ul>

#### **4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;
- выступление с докладами;
- участие в обсуждении докладов;
- выполнение теста;
- защита проекта
- выполнения практического задания

Критерии оценивания опроса:

- содержание и формулировки ответов на вопросы;
- обоснованность и аргументированность ответов;
- полнота и адекватность ответов;
- использование и представление статистических данных (при необходимости).

Критерии оценивания тестирования:

- правильность ответов на вопросы теста.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Критерии оценивания участия в обсуждении докладов:

- умение формулировать вопрос по теме доклада;
- наличие дополнений к докладу;
- наличие собственной обоснованной позиции.

Темы докладов и выступлений могут быть инициированы магистрантами. Особо приветствуются доклады, связанные с тематикой научного исследования магистранта. Доклады могут быть заменены авторскими статьями.

**Критерии оценивания защиты проекта:**

- актуальность проекта обоснована (описана на основе анализа ситуации, выявлены проблемы, противоречия, которые решаются в проекте, определены формальные основания для инициации проекта);
- цель проекта, его результаты и показатели определены, согласованы между собой и с актуальностью;
- разработано уникальное предложение (проектная идея) по решению обозначенной проблемы, развитию процессов, систем (новизна);
- определены риски и способы реагирования на них;
- бюджет проекта обоснован, определены источники финансирования проекта;
- описана модель функционирования результатов проекта.

Оценка знаний, умений, навыков – вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, по результатам прохождения тестирования, защиты реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждаются на заседании кафедры.

## **Типовые оценочные материалы по теме 1**

### ***Примеры вопросов для устного опроса***

Назовите основные профессиональные термины и понятия PR и медиа-измерений и дайте определение: пресс-служба, пресс-секретарь, предприятие, PR – коммуникация, СМИ, средства массовой коммуникации, медиа-текст, целевая аудитория.

### ***Примеры тем докладов***

Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов.

Медиаизмерения, или рейтинговые исследования аудитории СМИ.

Основные показатели медиаизмерений.

Рейтинг СМИ.

### ***Примеры тестовых заданий***

**Систематизированные комплексы PR-деятельности, имеющие определенную конечную цель, которая должна быть достигнута в течение определенного промежутка времени и связана с решением определенной проблемы, называются**

- a) PR-кампанией;
- b) PR-программой;
- c) PR-акцией.

**PR-кампания — это...**

- a) активная работа с целевой аудиторией;
- b) комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа компании;
- c) исследование рынка с целью определения наилучших ниш
- d) для внедрения бизнеса;
- e) поддержание взаимодействия со средствами массовой
- f) информации.

**Исследование восприятия компании и ее брендов в СМИ - это**

- a) Медиа-аудит
- b) Исследование информационного фона
- c) Контент-анализ

## **Типовые оценочные материалы по теме 2**

### ***Примеры вопросов для устного опроса***

Опишите классификацию информационных услуг.

Назовите национальные и международные PR – ассоциации.

Назовите особенности мониторинга радио и телевизионных программ.

Перечислите основные этапы контент-анализа.

### ***Примеры тестовых заданий***

1) Среднее число рекламных контактов каждого потенциального потребителя, входящего в целевую аудиторию, на которую рассчитывает производитель

Индекс частотности (frequency)

GRP (англ. Gross Rating Point)

Охват (reach)

2) Аудитория, имеющую хотя бы один контакт с рекламной компанией в установленный промежуток времени.

Охват (reach)

Рейтинг СМИ

Целевая аудитория

### ***Примеры тем докладов***

Мониторинг российских СМИ

Мониторинг западных СМИ.

Анализ позиционирования в СМИ организаций, компаний, торговых марок и персоналий.

Анализ уровня и характера "информационной отдачи" отдельных мероприятий.

Подготовка статистических характеристик, выводов и рекомендаций, выявление основных тенденций.

### **Типовые оценочные материалы по теме 3**

#### ***Примеры вопросов для устного вопроса.***

Дайте характеристику общественного мнения.

Определите место общественного мнения в структуре общественного сознания.

Назовите элементы коммуникационного процесса.

Назовите коммуникационные барьеры.

Этапы формирования общественного мнения.

Опишите характер взаимодействия стереотипа и установки

Что такое слух? Расскажите об отличительных особенностях этого явления.

Какие предпосылки необходимы для возникновения слуха? Как объясняет появление слухов системно-экологическая модель?

Дайте характеристику установке массового сознания.

Дайте характеристику стереотипу массового сознания.

Назовите основные методы изучения общественного мнения.

#### ***Примеры тем докладов***

Концепция «Окно Овертона».

Концепция «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман.

Технология сегментирования общественного мнения.

Технология позиционирования при формировании общественного мнения.

Механизмы моды: возможности применения в социальной сфере.

Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения.

#### ***Примеры тестовых заданий***

**Общественное мнение – это...**

а совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях б. сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу

в. результаты проведенного анкетирования или опроса

**Объектом общественного мнения может являться только то событие, явление, процесс, которые отвечают критериям:**

- а. Истинность, актуальность, массовость
- б. Значимость, однозначность, открытость
- в. Интерес, дискуссионность, информационная доступность

#### **Типовые оценочные материалы по теме 4**

##### ***Примеры вопросов для устного вопроса.***

Охарактеризуйте мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете.

Назовите методы анализа текстов.

Назовите методы обработки фактографических данных.

##### ***Примеры тем докладов***

Мониторинговые онлайн-сервисы в Интернете.

Инструменты мониторинга.

Компьютерные аналитические системы: полнотекстовые или фактографические.

Методы обработки фактографических данных.

Методы анализа текстов

Статистика и индексирование содержимого документов.

##### ***Примеры тестовых заданий***

Комплекс специальных мер и действий, предпринимаемых для улучшения позиций веб-ресурса в результатах выдачи поисковых систем.

- 1) Оптимизация сайта,
  - 2) Поисковая оптимизация,
  - 3) SEO-оптимизация
- (все верны)

Какой инструмент нужен для составления семантического ядра?

- 1) Wordstat
- 2) Google Trends
- 3) Антиплагиат

#### **Типовые оценочные материалы по теме 5**

##### ***Примеры вопросов для устного опроса.***

Назовите основные модели PR-деятельности (концепция Дж.Грюнига, Т.Ханта).

Что такое целевая аудитория?

Какие коммуникационные каналы можно использовать при работе с целевыми аудиториями.

Какими средствами можно обеспечить обратную связь с целевыми аудиториями.

Назовите и охарактеризуйте основные формы работы с журналистами.

Назовите приемы создания информационного повода.

##### ***Примеры тем докладов***

Менеджмент новостей и информационное управление репутацией (имиджем) организации социальной сферы.

GR (Government Relations) или отношения с властными структурами.

Социологические методы анализа медиатекстов.

Менеджмент новостей.

## **Типовые оценочные материалы по теме 6**

### ***Примеры вопросов для устного опроса.***

Как оценить эффективность работы PR-подразделения?  
Как оценить эффективность работы PR-проекта?  
Как провести сравнительный анализ СМИ?  
Каков принцип работы аналитической компьютерной программы SPSS?  
Каков принцип работы аналитической компьютерной программы NVIVO?

### ***Примеры тем докладов***

Концепции спирали молчания Ноэль-Нойман  
Медиарилейшнз.  
GR: функции и методы  
Структура PR проекта.  
Измерение аудитории СМИ, сайта, соцсетей.  
Измерение эффективности PR деятельности

### ***Примеры тем для практических заданий.***

Проанализируйте функции общественного мнения в его взаимосвязи с различными социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными, коммуникативными, институтами науки и др.).

Каким образом может использоваться общественное мнение как социальная технология в управлении социальными процессами? Приведите конкретные примеры. Проанализируйте взаимосвязь общественного мнения с основными институтами и средствами массовой информации и коммуникации.

Приведите примеры проявления концепции спирали молчания Ноэль-Нойман.  
Приведите примеры действия «Окна Овертона».  
Проанализируйте тексты СМИ (или соцсетей) с помощью аналитических компьютерных программ.  
Оцените эффективность PR кампании.

## **Типовые оценочные материалы по теме 7**

### ***Примеры вопросов для устного опроса.***

Что такое система RACE?  
Какие схемы коммуникации вам известны?  
Каковы критерии оценки эффективности PR-программы?

### ***Примеры тем докладов***

Структура массовой коммуникации  
Медиа-планирование.  
Критерии оценки эффективности PR-проектов

### ***Примеры тем для практических заданий.***

Проиллюстрируйте схемы коммуникации и коммуникационную цепь на примерах PR коммуникации.

Разработайте критерии эффективности к конкретным PR проектам.

Составьте медиакарту.

Составьте медиадосье.

### **Типовые оценочные материалы по теме 8**

#### ***Примеры вопросов для устного опроса.***

Как провести пресс-конференцию?

Что входит в пресс-кит?

Какие виды PR-текстов вы знаете?

#### ***Примеры тем докладов***

Принципы публичного выступления

Спичрайтинг и копирайтинг

Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ

Байлайнер как жанр интернет-коммуникации

### ***Примеры тестовых заданий***

Авторская статья, посвященная новостному событию, создающая или поддерживающая через авторитетный текст от имени первого (должностного) лица публичного капитала организации, фирмы

1) байлайнер

2) бэкграундер

3) эдиториал

Корпоративная газета, буклет или листовка, издание для внутренней общественности

1) ньюслеттер

2) пресс-ревью

3) кейс-стори

### **Типовые оценочные материалы по теме 9**

#### ***Примеры вопросов для устного опроса.***

Каковы этапы контент-анализа?

Как измерить социально-психологические особенности восприятия социальной рекламы?

#### ***Примеры тем докладов***

Контент-анализ как метод исследования.

Основные критерии качества и действенности социального рекламного проекта.

Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в социальной сфере.

### **Типовые оценочные материалы по теме 9**

#### ***Примеры тем докладов***

Разработка сценариев социальных акций, подбор экспертов.

Организация социально значимых акций с участием СМИ.

Организация информационных кампаний в социальных сетях.

#### ***Примеры тем для проектов.***

Разработать программу изучения целевой аудитории социологическими методами.

Провести анализ сайта организации.

Разработать программу медиарилейшн организации.

Разработать программу GR организации.

Сделать сравнительный мониторинг соцсетей организации.

Оценить эффективность работы PR-проекта.

## **Лабораторная работа**

Пресс-клиппинг материалов по теме курса

Пресс-клиппинг — сбор материалов СМИ и интернет-ресурсов, в которых упоминается определенная организация или освещается определенная проблема. Пресс-клиппинг позволяет корректировать PR-стратегию, дает представление об эффективности осуществленных мероприятий, является важным инструментом исследований. Материалы пресс-клиппинга могут быть использованы в рекламных целях. Размещение цитат СМИ в различных буклетах или на сайте может существенно увеличить рекламный эффект. Проведите пресс-клиппинг материалов СМИ и интернет-ресурсов по теме курса. По результатам пресс-клиппинга проведите контент-анализ публикаций и подготовьте аналитическую записку на одну из следующих тем:

1. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества в Санкт-Петербурге».
2. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: международный опыт».
3. «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: ретроспективный мониторинг СМИ» (пресс-клиппинг за любой период по выбору обучающегося).

## **5.Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине**

5.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и защиты проекта.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
3. Тестирование в СДО с прокторингом.

## **5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации**

Таблица 6

<b>Компонент компетенции</b>	<b>Промежуточный/ключевой индикатор оценивания</b>	<b>Критерий оценивания</b>
ПКс-1.3.	Проводит социологические измерения различных сфер жизни общества, работает с первичными и вторичными базами данных	Студент: владеет знаниями в области социологии труда и занятости; способен выполнить анализ территориального и структурно-отраслевого развития рынка труда. Студент знает методы социологических исследований в PR; способен использовать при сборе социологических данных методы медиа-измерений
ПКс-7.1.	Использует современные методы и технологии оформления и презентации профессиональной информации при подготовке	обладать знаниями в области требований ГОСТ, необходимых для оформления отчетов; технологиями представления и

	научных отчетов и результатов исследований	продвижения результатов исследования Формулировать, презентовать и представлять практикоориентированные ориентации для заказчиков исследования
--	--	---

### 5.3. Показатели и критерии оценивания текущих и промежуточных форм контроля

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	<b>Ответ на вопрос:</b> полный, развернутый, обоснованный ответ – 2 балла Правильный, но не аргументированный ответ – 1 балла Неверный ответ – 0 баллов.
Практические задания	1) правильность решения; 2) корректность выводов 3) обоснованность решений	Баллы начисляются от 1 до 10 в зависимости от соответствия критериям/показателям оценки
Доклад	1) Правильность расчетов. 2) Логичность, обоснованность выводов и авторских рекомендаций	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 1 балл, максимум 2 балла за доклад.
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 2 баллов; 76 - 90% – 4 баллов; 91 - 100% – 6 баллов.
Лабораторная работа	1) Правильность расчетов. 2) Логичность, обоснованность выводов и авторских рекомендаций	Каждый критерий оценки лабораторной работы оценивается в 5 балл, максимум 10 баллов за работу.
Проект	Защита проекта: полнота аргументации.	10 баллов
Зачет	В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 40 баллов. Зачет проводится по билетам. Билет содержит 2 вопроса по 20 баллов.	1-5 баллов за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций и обязательной литературы, 6-15 баллов – в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, 15-20 баллов – в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, с элементами самостоятельного анализа.

### Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

#### Примерные вопросы к зачету:

##### При ответе на указанные вопросы:

необходимо изложить теоретические основы по данной теме (дать ключевые определения, назвать основоположников, основные первоисточники в литературе, проследить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии), продемонстрировать знание специальной литературы по данной теме; раскрыть сущности проблемы; рассмотреть различные точки зрения по вопросу; выделить проблемные области; сформулировать собственную точку зрения; аргументировать свой ответ и привести примеры, пользуясь литературным языком, с использованием современных научных

терминов.

1. Концептуальные основы медиаизмерений.
2. Стандартные способы оценки отношений пресс-службы со СМИ.
3. Общественное мнение как «социальная власть».
4. Оценка эффективности работы PR-подразделения или PR-проекта.
5. Специфика анализа материалов печатных СМИ.
6. Специфика анализа материалов радиовещания и телевидения.

### **Пример темы для проекта**

Разработайте программу мониторинга, содержательного и структурного анализа материалов PR /Интернет.

Проект выполняется группой в количестве 4-5 обучающихся и имеет групповое авторство. При этом учитывается индивидуальный вклад каждого обучающегося в общее дело.

### **Примеры контрольных заданий для промежуточной аттестации.**

Для чего нужен анализ материалов СМИ?

Роль контента в анализе публикаций.

Материалы СМИ как документальный источник исследований.

Понятия «контент СМИ», «текст массовой информации», «медiateкст».

Типология информационных источников.

Классификация уровней восприятия и анализа медиатекстов.

Качественный и количественный анализ.

Социологические методы анализа медиатекстов.

Содержательный анализ.

Контекстный анализ.

Сравнительный анализ.

Критический анализ.

Дискурсивный анализ.

Статистический анализ.

Авторский анализ.

Анализ с точки зрения когнитивной лингвистики.

Экспресс-анализ.

### **Шкала оценивания**

Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/«не зачтено»:

51 - 100 баллов	«зачтено»
0 - 50 баллов	«не зачтено»

### Схема расчета рейтинговых баллов

Таблица 10

Недели	Виды учебных занятий (лекции/семинары)	Доклад	Устный опрос	Практическое задание	Тест	Проект	Лабораторная работа	Зачет	Итого (максимально-расчетное количество баллов)
1	Лекция 1 (Тема 1)								
2	Семинар 1 (Тема 1)	2	2		4				
3	Лекция 2(Тема 3)								
4	Семинар 2 (Тема 2)	2	2		4				
5	Лекция 3(Тема 5)								
6	Семинар 3 (Тема 4)	2	2		4				
7	Лекция 4 (Тема 10)								
8	Семинар 4 (Тема 6)	2	2	10					
9	Семинар 5 (Тема 9)		2			10	10		
									Σ 60 за 9 недель
Зачет								40	
Всего за семестр (баллов)		8	10	10	12	10	10	40	100

Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. В аудитории на экзамене одновременно находится не более 5 человек. На подготовку дается 20 минут. Каждый студент занимает отдельную парту (стол), на которой не допускается присутствие посторонних предметов, кроме ручки (карандаша). Каждый студент получает билет с 2-мя вопросами. Использование любых внешних источников информации (книг, конспектов, мобильных телефонов, компьютеров, других студентов и т.д.) строго запрещается.

#### При проведении промежуточной аттестации в СДО

Промежуточная аттестация проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса и расписанием, утвержденными в соответствии с установленным в СЗИУ порядком.

Чтобы пройти промежуточную аттестацию с прокторингом, студенту нужно:

- за 15 минут до начала промежуточной аттестации включить компьютер, чтобы зарегистрироваться в системе,
- проверить оборудование и убедиться, что связь с удаленным портом установлена.
- включить видеотрансляцию и разрешить системе вести запись с экрана
- пройти верификацию личности, показав документы на веб-камеру (паспорт и зачетную книжку студента), при этом должно быть достаточное освещение.
- при необходимости показать рабочий стол и комнату. После регистрации всех присутствующих проктор открывает проведение промежуточной аттестации. Во время промежуточной аттестации можно пользоваться рукописными конспектами

При этом запрещено:

- ходить по вкладкам в браузере
- сидеть в наушниках
- пользоваться подсказками 3-х лиц и шпаргалками
- звонить по телефону и уходить без предупреждения

При любом нарушении проверяющий пишет замечание. А если грубых нарушений было несколько или студент не реагирует на предупреждения — проктор может прервать промежуточную аттестацию досрочно или прекратить проведение аттестации для нарушителя.

Продолжительность промежуточной аттестации для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Аттестация не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться

позднее

21.00

часа.

На выполнение заданий отводится максимально 30 минут.

Отлучаться в процессе выполнения заданий можно не более, чем на 2-3 минуты, заранее предупредив проктора.

В случае невыхода студента на связь в течение более чем 15 минут с начала проведения контрольного мероприятия он считается неявившимся, за исключением случаев, признанных руководителем структурного подразделения уважительными (в данном случае студенту предоставляется право пройти испытание в другой день в рамках срока, установленного преподавателем до окончания текущей промежуточной аттестации). Студент должен представить в структурное подразделение документ, подтверждающий уважительную причину невыхода его на связь в день проведения испытания по расписанию (болезнь, стихийное бедствие, отсутствие электричества и иные случаи, признанные руководителем структурного подразделения уважительными).

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи (основного и альтернативного) на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя, либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право отменить проведение испытания, о чем преподавателем составляется акт. Данное обстоятельство считается уважительной причиной несвоевременной сдачи контрольных мероприятий. Студентам предоставляется возможность пройти испытания в другой день до окончания текущей промежуточной аттестации. О дате и времени проведения мероприятия, сообщается отдельно через СЭО Института.

### **При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме устного или письменного ответа**

На подготовку студентам выделяется время в соответствии с объявленным в начале промежуточной аттестации регламентом. Во время подготовки все студенты должны находиться в поле включенных камер их ноутбуков, компьютеров или смартфонов. Для визуального контроля за ходом подготовки допустимо привлекать других преподавателей кафедры, работников деканата или проводить промежуточную аттестацию по подгруппам, численностью не более 9 человек.

По окончании времени, отведенного на подготовку:

- в случае проведения промежуточной аттестации в устной форме студенты начинают отвечать с соблюдением установленной преподавателем очередности и отвечают на дополнительные вопросы; оценка объявляется по завершении ответов на дополнительные вопросы;

- в случае проведения промежуточной аттестации в письменной форме письменная работа набирается студентами на компьютере в текстовом редакторе или записывается от руки; по

завершении студенты сохраняют работу в электронном формате, указывая в наименовании файла свою фамилию; файл размещается в Moodle или в чате видеоконференции;

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – оценка сообщается экзаменуемому по завершению ответа.

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – в течение 24 часов преподаватель проверяет работы, выставляет оценки и доводит информацию до студентов.

### **При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме тестирования**

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать либо один либо несколько верных ответов, соответствующих представленному заданию.

На выполнение теста отводится не более 30 минут. После выполнения теста происходит автоматическая оценка выполнения. Результат отображается в личном кабинете обучающегося.

## **6. Методические материалы по освоению дисциплины.**

Изучение дисциплины осуществляется с использованием основных форм учебных занятий: лекций, семинаров, разбора практических заданий, самостоятельной работы.

**Лекция** является ведущей формой учебных занятий. Она отличается монологичностью, в ней активная роль принадлежит преподавателю, задача которого сводится к тому, чтобы в отведенное время раскрыть содержание учебных вопросов или дать схему ответа на узловые проблемы темы лекции.

Работа студента на лекции предполагает, в первую очередь, не столько умение записывать все то, о чем говорит преподаватель, а способность обобщать сказанное в краткие тезисы, выделять главное, отыскивать логические и смысловые связи в учебном материале, отмечать непонятные места с тем, чтобы позднее задать вопросы лектору или обсудить проблемы в ходе семинарского занятия. Умение эффективно и плодотворно работать на лекции является признаком высокой учебной культуры студента и во многом определяет успешное освоение учебного курса в целом.

Лекция, несмотря на ее важность, еще не решает задач, которые ставятся в процессе обучения. Эти цели достигаются в ходе групповых занятий, основным видом которых при изучении предмета является семинар.

### **Методические указания по подготовке к опросу.**

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

### **Методические рекомендации по выполнению кейсов:**

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся анализировать практическую ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) свое решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

#### Порядок подготовки доклада, презентации, рецензии, видеосюжета.

**Доклад** — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

#### Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос), заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата согласно правилам последнего российского ГОСТа.

Технические требования при написании доклада: формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм х 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.

Общие требования к оформлению презентации: формат – ppt (pptx). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора. Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно было перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последним слайдом презентации должен быть список литературы.

Общие требования к созданию рецензии. Объем составляет 1-2 печатных листа. Размер шрифта должен быть в пределах 12-14 пунктов, с полуторным междустрочным интервалом. Рецензия предполагает толкование мыслей автора, собственные дополнения к авторской мысли, выражение отношения к постановке проблемы, аргументированную оценку. Форма написания рецензии – произвольная.

Общие требования к оформлению видеосюжета. Создание видеосюжета по любой из изучаемых тем является творческой деятельностью студента. Созданный сюжет должен быть

композиционно завершенным, качественно оформленным, иметь заставку или заключительные титры с указанием ФИО студента и его номера группы. Программа для видеомонтажа - любая из возможных для студента. Дизайн видеосюжета разрабатывается студентом с учетом его творческого подхода к заданию, по необходимости согласовывается с преподавателем. Предпочтительные форматы: AVI, MPEG-4.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

### **7.1. Основная литература**

1. Бердников, Игорь Павлович. PR-коммуникации [Электронный ресурс] : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 208 с. <http://www.iprbookshop.ru/57028.html>
2. Вылегжанин, Дмитрий Александрович. Теория и практика PR [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. А. Вылегжанин. - 3-е изд., стер. - Электрон. дан. - М. : Флинта, 2014. - 371 с. <https://e.lanbook.com/reader/book/51789>

### **7.2. Дополнительная литература**

1. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / [Л. В. Сморгун и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой ; Акад. нар. хоз- ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, С.-Петербур. гос. ун-т. - М. : РОССПЭН, 2012. - 407 с.
2. Голуб, Ольга Юрьевна. Социальная реклама : учеб. пособие / О. Ю. Голуб. - М. : Дашков и К, 2011. - 177 с.
3. Зельманов, Альберт Бенцианович. Связи с общественностью в социальной сфере : учеб. пособие / А.Б. Зельманов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петербур. гос. ун-т сервиса и экономики. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2008. - 127 с.
4. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс] : От репортажа в СМИ к реальным переменам / [Румин Ислам и др.] ; под ред. Румин Ислам ; пер. с англ. [Т. Гутман]. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 292 с.
5. Назайкин, Александр Николаевич. Медиарилейшнз на 100% [Электронный ресурс] : искусство взаимодействия с прессой / Александр Назайкин. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 411 с.
6. Панарин, Игорь Николаевич. Информационная война, PR и мировая политика : [учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 350400 - "Связи с общественностью"] / И. Н. Панарин. - 2-е изд., стер. - М. : Горячая линия - Телеком, 2014. - 352 с.
7. Резепов, Ильдар Шамильевич. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 223 с.
8. Федотова, Лариса Николаевна. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС] / Л. Н. Федотова. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2012. - 422 с.
9. Филатова, Ольга Георгиевна. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Г. Филатова ;

М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петербург. нац. исслед. ун-т систем информ. технологий, механики и оптики. - Электрон. дан. - СПб. : НИУ ИТМО, 2013. - 134 с

10. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: профессиональные компетенции : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Электрон. дан. - М. : Издат. дом "Дело" РАНХиГС, 2016. - 520 с.
11. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.

### 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) "О средствах массовой информации"
3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
4. Федеральный закон "Об общественных объединениях" от 19.05.1995 N 82-ФЗ (последняя редакция)

### 7.4. Интернет-ресурсы

Для самостоятельного изучения дисциплины необходимо воспользоваться сайтом Научной библиотеки СЗИУ <https://sziu-lib.ranepa.ru/>.

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

Электронная библиотечная система iBooks.ru. Учебники и учебные пособия для университетов России. <https://ibooks.ru/>

Электронная библиотечная система «Лань». Коллекции книг ведущих издательств учебной и научной литературы, а также издания российских вузов по основным отраслям знаний. <https://e.lanbook.com>

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» - более 10 000 учебников, учебных пособий, монографий и научных изданий по всем отраслям знаний. <https://iprbooks.ru>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт» - полные тексты учебников по праву, экономике, общественным наукам, иностранным языкам. <https://urait.ru>

3. Электронная библиотечная система «Znanium» - полные тексты учебников по юриспруденции, экономике, естественным и общественным наукам. Ядро фонда – литература холдинга ИНФРА-М. <https://znanium.com>

4. Электронная библиотечная система «Book.ru» - полные тексты учебников по юриспруденции, психологии, педагогике, экономике, информационным технологиям, естественным и общественным наукам. <https://www.book.ru>

- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»

- РИНЦ – Российский индекс научного цитирования. Крупнейшая база данных российской периодики с наукометрическими инструментами и базой для анализа научной деятельности.

**Англоязычные ресурсы:**

- *EBSCO Publishing* – мультидисциплинарные полнотекстовые базы данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.
- *ProQuest Dissertation & Theses* - База данных мировых диссертаций и научных докладов в полнотекстовом виде.
- *ProQuest eBookCentral* – мультидисциплинарная база данных книг различных издательств
- *Oxford University Press* - коллекция журналов по политике, политологии, международным отношениям
- *Cambridge University Press* - коллекция журналов по социологии, политическим вопросам, международным отношениям
- *Sage Publications* - база рецензируемых полнотекстовых электронных журналов академического издательства Sage Publications, одного из ведущих академических независимых профессиональных издательств. Насчитывает более 820 экземпляров и свыше 600.000 статей, начиная с 1999 года и по настоящее время. Материалы представлены преимущественно на английском языке.
- *Springer Link* - полнотекстовые политематические базы академических журналов. Представлено более 3000 журналов издательства Springer 1997-2018 гг.
- *Wiley* - 1500 академических журналов разных профилей, изданных Wiley Periodicals в 2015–2019 гг.
- *OECD iLibrary* – библиотека Организации экономического сотрудничества и развития, содержащая статистические данные, рабочие документы, отчеты.
- *Web of Science* – мультидисциплинарная реферативно-библиографическая база научных журналов с инструментами научного анализа и подсчетом наукометрических показателей. Международный индекс цитирования
- *Scopus* – реферативная мультидисциплинарная база данных, международный индекс цитирования.
- *Academic Video online* – коллекция академического видеоконтента.

**7.5. Иные источники**

Иные источник не используются

**8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

№ п/п	Наименование
----------	--------------

1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.