

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра политической социологии и социальных технологий**

**Социологическое обеспечение связей с общественностью**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**39.03.01 Социология**

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Социология политики и связей с общественностью**

---

*Наименование направленности (профиля)/специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва  
2023

**Социологическое обеспечение связей с общественностью**

Рабочая программа

Составитель:

Преподаватель кафедры политической социологии и социальных технологий

Е.Э. Олейникова

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры политической социологии и социальных технологий

№ 11 от 28.03.2023

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины**

### **3. Содержание дисциплины**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

### **9. Методические материалы**

9.1. Планы практических семинарских занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

## **Рабочая программа дисциплины**

### **Социологическое обеспечение связей с общественностью**

#### ***1. Пояснительная записка***

Предлагаемый курс охватывает круг вопросов, связанных с историей, теорией, идеологией формирования и развития связей с общественностью, социальным статусом служб PR, а также PR технологиями, аналитическими навыками решения и прогнозирования проблем в сфере отношений с общественностью.

Дисциплина реализуется на социологическом факультете кафедрой политической социологии. Учитывая специфику подготовки студентов-бакалавров, акцент при изложении материала делается на раскрытии приемов и технологий построения связей с общественностью, специфики методов работы с различными группами населения, которые предварительно могут быть исследованы с помощью специальных социологических методов.

#### ***1.1 Цель и задачи дисциплины***

*Целью дисциплины является* обучение основам PR, рекламы, теории деловых и массовых коммуникаций и практике их использования в управленческой и маркетинговой деятельности. Формирование понимания логики, принципов и технологий современного коммуникативного процесса.

Для реализации обозначенной цели в процессе преподавания необходимо решение следующих *задач*:

- изучить основные направления PR-деятельности и рекламы;
- ознакомиться с важнейшими теоретическими и эмпирическими исследованиями российских и зарубежных специалистов по PR;
- приобрести практические навыки анализа общественных процессов;
- изучить систему информационно-аналитических действий PR-менеджера;
- освоить основные методики прикладных исследований процедурно-технологических действий.
- изучить технологии формирования общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования структуры.

#### ***1.2 Формируемые компетенции, а также перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (знания, умения владения), сформулированные в компетентностном формате***

**Дисциплина в формируемой части, поэтому по УП**

**ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<p>ПК 1 Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований</p>	<p>ПК 1.1 Описывает, объясняет, прогнозирует социальные явления и процессы на основе теоретических концепций, результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований</p>	<p>Знать: основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества; основные методы исследования социального действия, коммуникации и взаимодействия на микро- и макро-уровнях. Уметь: использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач; -использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации. Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике.</p>
	<p>ПК 1.2 Составляет и оформляет итоговые документы по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования</p>	<p>Знать: методологические основания социологического исследования, основные методы анализа социологической информации; основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества; основные методы исследования социального действия, коммуникации и взаимодействия на микро- и макро-уровнях. Уметь: использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач; обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации; отбирать и обрабатывать, анализировать данные о социальных процессах и социальных общностях; применять соответствующие целям конкретного исследования методы сбора и анализа данных, учитывать их ограничения, оценивать качество (валидность и надежность) социологической информации. Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, навыками практического использования базовых знаний и методов математики и естественных наук; приемами прикладного статистического анализа социологической информации; способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике; навыками анализа социологических данных с использованием пакетов прикладных статистических программ.</p>

	<p>ПК 1.3 Представляет результаты фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям</p>	<p>Знать: методологические основания социологического исследования, основные методы анализа социологической информации;  - основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества;  - основные методы исследования социального действия, коммуникации и взаимодействия на микро- и макро-уровнях;  - современное состояние и направления развития вычислительной техники, основные подходы к применению информационных технологий при решении профессиональных задач социолога.</p> <p>Уметь: использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации;  отбирать и обрабатывать, анализировать данные о социальных процессах и социальных общностях;  использовать современные информационные технологии для создания баз данных, проведения компьютеризованных опросов, презентации целей и результатов проектной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, навыками практического использования базовых знаний и методов математики и естественных наук; приемами прикладного статистического анализа социологической информации; способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике; навыками анализа социологических данных с использованием пакетов прикладных статистических программ.</p>
--	--	--

ПК 2 Способен планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования	ПК 2.1 Подготавливает и планирует проектное предложение по реализации фундаментального или	<p>Знать: основные методы анализа социологической информации; основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества.</p> <p>Уметь: использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации;</p> <p>применять методы математического анализа и моделирования социальных процессов; отбирать и обрабатывать, анализировать данные о социальных процессах и социальных общностях; применять соответствующие целям конкретного исследования методы сбора и анализа данных, учитывать их ограничения, оценивать качество (валидность и надежность) социологической информации;</p> <p>использовать современные информационные технологии для создания баз данных, проведения компьютеризованных опросов, презентации целей и результатов проектной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, навыками практического использования базовых знаний и методов математики и естественных наук; приемами прикладного статистического анализа социологической информации; способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике; навыками анализа социологических данных с использованием пакетов прикладных статистических программ.</p>
	ПК 2.2 Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования	<p>Знать: методологические основания социологического исследования, основные методы анализа социологической информации; основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества; основные методы исследования социального действия, коммуникации и взаимодействия на микро- и макро-уровнях.</p> <p>Уметь: использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач;</p> <p>-использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации.</p> <p>Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, навыками практического использования базовых знаний и методов математики и естественных наук; способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике.</p>

	<p>ПК 2.3 Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического исследования</p>	<p>Знать: методологические основания социологического исследования, основные методы анализа социологической информации; основные подходы к изучению закономерностей социальных процессов развития общества; основные методы исследования социального действия, коммуникации и взаимодействия на микро- и макро-уровнях; современное состояние и направления развития вычислительной техники, основные подходы к применению информационных технологий при решении профессиональных задач социолога.</p> <p>Уметь: использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, обосновании выводов и оценке профессиональной и общенаучной информации; отбирать и обрабатывать, анализировать данные о социальных процессах и социальных общностях;</p> <p>использовать современные информационные технологии для создания баз данных, проведения компьютеризованных опросов, презентации целей и результатов проектной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками научного анализа социальных проблем и процессов, навыками практического использования базовых знаний и методов математики и естественных наук; приемами прикладного статистического анализа социологической информации; способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике; навыками анализа социологических данных с использованием пакетов прикладных статистических программ.</p>
--	--	---

**Все компетенции формируются частично.**

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:*

**Знать:** .

1. - содержание изложенных в курсе теоретических и методологических основ связей с общественностью

**Уметь:**

2. - анализировать основные проблемы, входящие в предмет связей с общественностью
3. - оценивать практические возможности методов и методик с точки зрения их применения в связях с общественностью
4. - оценивать последствия реализации общественно-значимых решений;



**Владеть:**

- 5. - понятийным аппаратом дисциплины
- 6. - методами и методиками, применяемыми в связях с общественностью

**1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Место дисциплины в структуре ООП ВПО: Данная дисциплина относится к профессиональному циклу (вариативная часть) и адресована студентам 2 курса РГГУ, обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 (бакалавриат)..

Формирование заложенных в учебную программу компетенций выступает важной ресурсной основой для успешного овладения образовательной программой, а также навыками и технологиями построения имиджей в современном обществе. В основу курса положен междисциплинарный проблемный подход и системный принцип изложения. Студент ориентируется на проблемное понимание процессов в сфере управления имиджем.

**2. Структура дисциплины**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

**Структура дисциплины для очной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	20
8	Семинары	34
Всего:		54

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет **54** академических часа.

**Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>9</b>	Лекции	<b>12</b>

9	Семинары	20
Всего:		32

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 76 академических часов.

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	8
5	Семинары	8
Всего:		16

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 92 академических часа.

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Паблик рилейшнз в системе современных коммуникаций	Предмет и задачи дисциплины. «Паблик рилейшнз» (PR) и «связи с общественностью»: проблемы адекватности перевода и содержания понятий. Связи с общественностью в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Междисциплинарный подход к изучению PR. Определения и взаимосвязь понятий: «паблик рилейшнз», «коммуникационный менеджмент», «отношения с инвесторами» («инвестор рилейшнз»), «спонсоринг», «общественная деятельность», «консультирование», «имиджмейкинг», «менеджмент», «управление кризисом», «паблисити», «лоббирование», «пропаганда», «маркетинг», «реклама», «мероприятия по стимулированию сбыта». Функции и принципы связей с общественностью. Общественные проблемы в контексте PR. Связи с общественностью

		как социальный институт. Формирование и управление общественным мнением как задачи PR; оптимизация процесса управления. Однонаправленная и двунаправленная концепции связей с общественностью. PR и особенности российского менталитета.
2	История связей с общественностью	Предпосылки возникновения связей с общественностью. Эволюция развития связей с общественностью. Значения прес-агентств в истории связей с общественностью. США – страна концептуального становления паблик рилейшнз как отрасли бизнеса и научной дисциплины. Этапы развития связей с общественностью в XX в. Этап «подготовки почвы». «Бюро по организации паблсити» как прототип современной PR-фирмы. Первая мировая война; роль «Комитета по общественной информации» в истории PR. Эпоха «экономического бума». Значение деятельности Айви Ли и Эдварда Бернейза в истории паблик рилейшнз. Характеристика предвоенного и военного периода в развитии PR. Признание социальной ответственности организации. Послевоенный период: стадия стабильности и зрелости паблик рилейшнз. Период «глобального информационного общества»: PR в условиях скоростного развития коммуникационных каналов и технологий. Паблик рилейшнз в США и Европе: сходство и различие. Исторические особенности связей с общественностью в России. PR будущего: перспективы развития.
3	Коммуникативные модели связей с общественностью	<p>Коммуникации в различных сферах общественной жизни. Понятие PR-коммуникации. Правила PR-коммуникации. Ситуативность и адаптивность PR-коммуникации. Формальная и неформальная PR-коммуникация. Ориентированная коммуникация. Внешняя и внутренняя коммуникация.</p> <p>Диалог как универсальная модель PR-коммуникации. Понятие диалога. «Диалоговый язык» связей с общественностью.</p> <p>Принципы успешного диалога.</p>

		<p>Непрерывность PR-диалога. Равноправие как основа взаимодействия участников диалога. Достижение компромисса между участниками. Причины неуспеха в диалоге. Формы диалога. Свойства устного и письменного диалога. Диалог в межличностной коммуникации, его особенности. Диалог по телефону. Internet-диалог. Диалог с различными типами общественных групп. Характеристика аудитории PR-коммуникации. Роль лидеров мнений в PR-диалоге.</p> <p>Диалогические особенности бизнес-коммуникации. Корпоративные черты коммуникации. Диалог со спонсорами.</p> <p>Особенности диалога в некоммерческом секторе; участники диалога.</p> <p>Коммуникативные цели связей с общественностью в политике. Диалог в избирательных технологиях. Популизм и игнорирование обратной связи как неэффективные формы предвыборного диалога.</p> <p>Диалог с общественностью в кризисной ситуации. Особенности восприятия информации в кризисных ситуациях.</p> <p>Переговоры как вид диалога. Переговорные технологии как средство разрешения конфликта. Стратегии и тактики переговорного процесса.</p>
4	Работа с информацией	<p>Связи с общественностью как сфера информационного бизнеса. Понятие PR-информации. Информация: специфический товар или услуга. Информационная деятельность специалистов по связям с общественностью. Виды информационной деятельности. Направления информирования в связях с общественностью. Источники PR-информации. Потери информации. Каналы распространения PR-информации. Координация распространения информации.</p> <p>Принципы работы со СМИ и журналистами в media relations. СМИ как каналы связей с общественностью. Типология СМИ. Функциональные возможности телевидения, радио, журналов, газет, Internet и их использование в целях PR. Информационные агентства. Информационные фильтры. Управление информацией. Виды отношений PR со СМИ. Работа с местными и центральными СМИ:</p>

		<p>характерные особенности, преимущества и недостатки. Адаптирование информации для местных СМИ. Аккредитация журналистов.</p> <p>Event-management и система событийных жанров паблик рилейшнз. Значение мероприятий для журналистов в связях с общественностью. Создание и освещение в СМИ специальных событий. Проведение собраний (собрание акционеров и др.). Пресс-конференция и брифинг как диалогические жанры паблик рилейшнз. Особенности организации ярмарок, корпоративных выставок и презентаций. Проведение пресс-ланчей, приемов для журналистов, круглых столов, конференций, дней открытых дверей, экскурсий и др. Организация пресс-туров.</p> <p>Формирование информационной среды. Характеристика информационного пространства. Создание «образа реальности» через СМИ.</p> <p>Характеристика основных профессиональных PR-изданий и Интернет-ресурсов; их роль в развитии связей с общественностью.</p>
5	Новость как основа PR-информации	<p>Понятие новости. Новость в СМИ. Система новостей на радио, телевидении, в печати, в Internet. Изобразительно-выразительные средства видеонews: слово, звук, изображение. Создание информационных поводов, их типология. Технология создания и подачи новостей в СМИ. Передача экстренных новостей. Плановые новости.</p> <p>Структура новости. Принципы прямой и перевёрнутой пирамиды. Средства усиления новости. Основной и дополнительный вес новости. Скорость как конкурентное свойство новостей. Новости «плохие» и «хорошие». «Жёлтые» новости. Профессиональные методы сбора новостей. Язык новости. Интерпретация как средство создания PR-новости. Способы интерпретации. Средства корректировки нежелательных высказываний. Образ ньюсмейкера.</p>
6	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция

		<p>заинтересованных лиц организации. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц.</p> <p>Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации.</p>
7	Понятия и принципы антикризисного PR	<p>Понятия и термины антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. Принципы упреждения, срочности, честности в антикризисном PR.</p> <p>Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR.</p>
8	Содержание антикризисного PR	<p>Понятия и термины антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. Принципы упреждения, срочности, честности в антикризисном PR.</p> <p>Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR.</p>
9	Практика антикризисного PR	<p>Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR. Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR.</p> <p>Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.</p>
10	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR	<p>Правовые основы взаимоотношений со СМИ. Правила поведения в отношениях со</p>

		СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. Методы борьбы с рейдерскими атаками с использованием СМИ.
--	--	---

#### 4. Информационные и образовательные технологии

##### Информационные и образовательные технологии

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формируемые компетенции (указывается код компетенции)</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1.	Паблик рилейшнз в системе современных коммуникаций	Лекция 1.  Самостоятельная работа	ОК 5  ОК 5, ОК6	Лекция с разбором конкретных ситуаций с применением слайд-проектора  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	История связей с общественностью	Лекция 2.  Самостоятельная работа	ОК 5  ОК 5, ОК	Лекция с разбором конкретных ситуаций с применением слайд-проектора  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Коммуникативные модели связей с общественностью	Лекция 3.  Самостоятельная работа  Практическое занятие 1.	ОК 5  ОК 5, ОК6  ОК 5, ОК6	Лекция с разбором конкретных ситуаций  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций и рекомендованной литературы
4.	Работа с информацией	Лекция 4.  Практическое занятие 2.  Самостоятельная	ОК 5  ОК 5, ОК6,  ОК 5, ОК 6	Проблемная лекция с применением слайд-проектора  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Подготовка к занятию с использованием электронного курса



		<i>работа</i>		<i>лекций и рекомендованной литературы</i>
5.	Новость как основа PR-информации	<i>Лекция 5.</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>OK 5</i>  <i>OK 5, OK6</i>	<i>Проблемная лекция с применением слайд-проектора</i>  <i>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций и рекомендованной литературы</i>
6.	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	<i>Лекция 6.</i>  <i>Практическое занятие 3</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>OK 5</i>  <i>OK 5, OK6</i>  <i>OK 5, OK6</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций</i>  <i>Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций</i>  <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
7.	Понятия и принципы антикризисного PR	<i>Лекция 7.</i>  <i>Практическое занятие 4</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>OK 5</i>  <i>OK 5, OK6,</i>  <i>OK 5, OK6,</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций</i>  <i>Групповая командная работа</i>  <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
8.	Содержание антикризисного PR	<i>Лекция 8</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>OK 5 OK6,</i>  <i>OK 5 OK6,</i>	<i>Практическое занятие по работе с ресурсами библиотеки.</i>  <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
9.	Практика антикризисного PR	<i>Лекция 9</i>  <i>Самостоятельная</i>	<i>OK 5 OK6,</i>	<i>Доклады, презентации, выступления студентов</i>

		<i>работа</i>	<i>ОК 5 ОК6,</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
10.	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR	<i>Лекция 10</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>ОК 5</i>  <i>ОК6,</i>  <i>ОК 5 ОК6,</i>	<i>Доклады, презентации, выступления студентов</i>  <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

**5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

**5.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины**

<b>№ n/n</b>	<b>Контролируемые разделы дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенции (компетенций)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
2	<i>Практические занятия, групповые формы работы</i>	ОК- 5 Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Оценка качества выступлений на практических занятиях, способности к межличной и межкультурной коммуникации при коллективном выполнении заданий
3	<i>Лекции, практические занятия, групповые формы работы, самостоятельная работа</i>	ОК-6 Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Оценка, способности к межличной и межкультурной коммуникации при коллективном выполнении заданий
4	<i>Самостоятельная работа</i>	ОК-6 Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Оценка качества выполнения практических кейсов, способности самостоятельного поиска решений поставленных задач
5	<i>Лекции, самостоятельная работа</i>	ОК- 5 Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на	Оценка выполнения самостоятельной работы по всем

		русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	разделам учебной дисциплины. Самостоятельный поиск информации
--	--	---	---

В процессе проведения лекционных занятий формируется начальный этап компетенции, при которой студент получает полный уровень компетенции.

На практическом занятии происходит отработка применения компетенции на практике, ее использование и воспроизводство под контролем преподавателя.

При подготовке заданий самостоятельной работы происходит отработка самостоятельного использования компетенции

## 5.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Критерии, используемые при проведении рейтингового контроля для студентов, изучающих дисциплину «Социологическое обеспечение связей с общественностью»:

<i>Вид контроля</i>	<i>Сроки проведения</i>	<i>Шкала оценки</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Текущая аттестация</i>	<i>1-7 неделя 6 семестра</i>		
Оценка работы по теме: «Паблрилейшнз в системе современных коммуникаций»		<i>1-5 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «История связей с общественностью»		<i>1-5 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Коммуникативные модели связей с общественностью»		<i>1-10 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Работа информацией»	<i>с</i>	<i>1-5 баллов</i>	<i>10</i>
Оценка работы по теме: «Новость как основа PR-информации»		<i>1-5 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия»		<i>1-5 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Понятия и принципы антикризисного PR»		<i>1-3 баллов</i>	<i>10</i>
Оценка работы по теме: «Содержание антикризисного PR»		<i>0-2 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Практика антикризисного PR»		<i>0-10 баллов</i>	<i>5</i>
Оценка работы по теме: «Практика		<i>1-5 баллов</i>	<i>5</i>

отношений со СМИ в антикризисном PR»			
<b>Промежуточная аттестация (ЗАЧЕТ)</b>	8 неделя 6-го семестра	До 60 баллов	40
<i>Итого за семестр (дисциплину)</i>			100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Система текущего и промежуточного контроля знаний студентов по учебной дисциплине «Социологическое обеспечения связей с общественностью» выстраивается в соответствии с учебным планом основной образовательной программы, определяющем виды и формы текущего и промежуточного контроля, и принятым в РГГУ Положением о системе контроля качества освоения основных образовательных программ высшего профессионального образования.

#### **Промежуточная аттестация (зачет)**

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 2 вопроса, а также презентовать подготовленный реферат по теме курса.

При оценивании ответа на вопросы учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (2-6 балла);

- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (7-10 баллов);
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (11-15 баллов);
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (16-20 баллов).

При оценивании презентации реферата учитывается:

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-4 балла;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 5-10 балла;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -11-15 баллов.
- Содержательная сторона ролика (презентации): креативность, оригинальность смыслового содержания, идеи. +3 балла
- Визуальный ряд ролика (презентации). +2 балла

#### **5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.**

### **6. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.**

Формируемые компетенции ОК-5

1. PR и различные взаимодействия власти и общества .
2. Каково место PR в демократической политической системе .
3. Является ли деятельность службы PR предпосылкой эффективности работы гос. службы ? Обеспечивает ли она её Развитие и стабильность ? Какими средствами и инструментами . PR и маркетинга .
4. Служба PR как политический институт гражданского общества.
5. Воздействие печати, ТВ и радио на социальную активность личности, Механизм усвоения социальной информации .
6. Телекоммуникационные умения политических лидеров : структура, условия и факторы развития .
7. Проблема повышения эффективности полит. информации средствами ТВ.
8. Имидж в политике. Формирование позитивного имиджа политика .
9. Изучение политического рынка и использование маркетинговых исследований по сбору информации .
10. Методы получения информации в маркетинговом

- исследовании политического рынка. Сегментация рынка. Поведенческие переменные электората .
11. Позиционирование. Составление карты позиционирования .
  12. Политический маркетинг и связь с общественностью .
  13. Маркетинг в массовых политических кампаниях .
  14. Методы формирования имиджа политической партии и Политического лидера .
  15. Брендинговая политика партии, как и из чего она складывается .
  16. Развитие выборных технологий : казахстанский и зарубежный опыт.

### **Тематика рефератов и эссе.**

#### **Формируемые компетенции ОК-6**

1. Исторические типы связей с общественностью.
2. Многообразие определений и сущность связей с общественностью.
3. Политическая культура как предпосылка становления и развития PR.
4. Демократия и PR.
5. Тенденции развития PR в условиях политической модернизации России.
6. Эволюция Паблик Рилейшнз.
7. Основы Паблик Рилейшнз, сущность и проблемы.
8. PR в сфере рыночной экономики.
9. PR в сфере политики.
10. Стратегия взаимодействия гос. службы с общественностью.
11. Сферы взаимодействия : общее и особенное в организации Паблик Рилейшнз.
12. Планирование и организация связей с населением.
13. Методика взаимодействия гос. службы со СМИ.
14. Деятельность пресс-службы в органах государственной власти.
15. Пресс-секретарь : функции, индивидуальный стиль, эффективность работы.
16. Организация и проведение пресс-конференций.
17. PR и различные взаимодействия власти и общества.
18. Служба PR как политический институт гражданского общества.
19. Воздействие печати, ТВ и радио на социальную активность личности, механизм усвоения социальной информации.
20. Проблема повышения эффективности полит. информации средствами ТВ.
21. Изучение политического рынка и использование маркетинговых исследований по сбору информации.
22. Методы получения информации в маркетинговом исследовании политического рынка.
23. Позиционирование. Составление карты позиционирования.
24. Политический маркетинг и связь с общественностью.
25. Маркетинг в массовых политических кампаниях.
26. Коммуникационный менеджмент.
27. Организация специализированных событий.
28. Технологии PR в переговорном процессе.

29. Телекоммуникационные умения и навыки PR-специалиста.
30. Управленческий подход к формированию имиджа организации.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Список рекомендуемых источников и литературы**

##### **Источники**

1. Законы Российской Федерации.
2. Материалы международных организаций, ОБСЕ.
3. Интернет.
4. Видео материалы.
5. Графические материалы.
6. Газеты на английском и русском языках.
7. Журналы России и СНГ.
8. Видео и кино архив.
9. Бюллетени международных организаций.

##### **Литература**

##### **Обязательная**

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: : Учеб. пособие для упр. специальностей вузов/ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т гос. упр. и социал. исследований. – 3-е изд. - М.:Дело, 2002.
2. Почепцов Г.Г. PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.
3. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью"/ Ф. Джефкинс, Д. Ядин; Пер. с англ. В. Н. Егоров; Под ред. Б. Л. Еремина.-М.: ЮНИТИ- Дана, 2003

##### **Дополнительная литература**

##### **Березовая, Лидия Григорьевна.**

История мировой рекламы, или Старинные рецепты изготовления "бесплатного сыра" : учеб. пособие / Л. Г. Березовая. - М. : Изд-во Ипполитова, 2008. - 671 с., [16] л. ил. ; 22 см. - Библиогр.: с. 12, 664-665. - ISBN 978-5-93856-076-5 : 350.00.

##### **Мумладзе, Роман Григорьевич.**

Экономика и социология труда : учебник / Р. Г. Мумладзе, Г. Н. Гужина ; под ред. Р. Г. Мумладзе. - 3-е изд., стер. - М. : КноРус, 2009. - 325 с. : рис., табл. ; 21 см. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-390-00198-1.:12.00

##### **Алешина, Ирина Викторовна.**

Паблик Рилейшнз для менеджеров : курс лекций : учебник / И. В. Алешина. - М. : ЭКМОС, 2003. - 478,[1] с. : рис.,табл. - Библиогр.в конце кн.(111 назв.). - ISBN 5-946870-10-6.:89-98

##### **Периодика:**

1. Журнал «Советник»
2. Журнал «Сообщение»
3. Журнал «PR-диалог»

4. Журнал «Лаборатория рекламы, маркетинга и публич рилейшнз»
5. «Новости СМИ»

## **6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)**

### *Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.*

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки.

1.1. Web of Science

1.2. Scopus

2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки.

2.1. Журналы Cambridge University Press

2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global

2.3. SAGE Journals

2.4. Журналы Taylor and Francis

3. Профессиональные полнотекстовые БД

3.1 JSTOR

3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам

3.3 Электронная библиотека Grebennikon.ru

4. Компьютерные справочные правовые системы

4.1 Консультант Плюс,

4.2. Гарант

1. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)

2. [www.raso.ru](http://www.raso.ru)

3. [www.sood.ru](http://www.sood.ru)

4. [www.prwekuk.ru](http://www.prwekuk.ru)

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (См. Перечень).

### *Перечень материально-технических средств*

№п/п	Наименование
1	Компьютер
2	Доска
3	Проектор

Кроме того, в процессе подготовки к занятиям, предусматривается использование отдельных видов программного обеспечения (См. Перечень).

### *Перечень лицензионного программного обеспечения*



№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
8	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
9	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
10	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

## 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

### **9.1. Планы практических (семинарских) и лабораторных занятий. Методические указания по организации и проведению**

Семинарские занятия предназначены для более углубленного изучения материала, обсуждаемого на лекциях, для контроля за самостоятельной работой студентов с литературой, для приобретения студентами навыков ведения дискуссии и беседы по заявленной тематике, а также для овладения технологией анализа конкретных конфликтных ситуаций и работы с ними.

Семинарские занятия предназначены также для обсуждения некоторых источников, изучаемых студентами самостоятельно. В этом случае студент должен

освоить широкий круг социологических и психологических концепций, связанных с конфликтом, иметь представление о наиболее значимых теориях, и кем они представлены.

### Планы практических занятий

	Раздел и тема дисциплины	Объем часов
1	Коммуникативные модели связей с общественностью	2
2	Работа с информацией	4
3	Новость как основа PR-информации	2
4	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	4
5	Понятия и принципы антикризисного PR	2
6	Содержание антикризисного PR	4
7	Практика антикризисного PR	2
8	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR	2

#### **Семинарское занятие 1. Коммуникативные модели связей с общественностью (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

*Вопросы для обсуждения.:*

1. Принципы ПР.
2. Человек как символическое существо.
3. Главенство коллективного сознания над индивидуальным.
4. Аксиома органичности сознания.
5. Существующие в литературе классификации функций ПР: И.М. Синяевой, И.П. Яковлева, Г.В. Иванченко.
6. Обобщающая классификация функций ПР.
7. ПР как функция управления.
8. Универсальность (полипрофильность) практики ПР для управленческих систем. Коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью

*Обязательная литература:*

1. Ньюсом Д., ВанСлайк Т.Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М.: Консалтинговая группа ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М. 2001. С. 23-32, 577-624.
2. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М.: Консалтинговая группа ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М. 2002. С. 50-79.
3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М.: Дело, 2002. С. 120-168.

*Дополнительная литература:*

1. Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации. – М.: ЕОАИ, 2008.

2. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности: учебно-методический комплекс/ А. М. Пономарева. - Б.м.: Финансы и статистика, 2008. (гриф)
3. Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегия продвижения: учебное пособие/ В. Л. Музыкант. - М.: ЭКСМО, 2007. (гриф)
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008 (гриф).
5. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М.: ЭКСМО, 2006.
6. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008.

### **Семинарское занятие 2. Работа с информацией. (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

*Вопросы для обсуждения:*

1. Подготовка материалов для СМИ
2. Медиа-планирование рекламных кампаний
3. Информационная поддержка
4. Организация и проведение пресс-конференций
5. Телемаркетинг

#### **Литература **ОБНОВИТЬ** Обязательная**

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: : Учеб. пособие для упр. специальностей вузов/ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т гос. упр. и социал. исследований. – 3-е изд. - М.: Дело, 2002.
2. Почепцов Г.Г. ПР или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.
3. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – 2-е изд., испр. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1999.

#### **Дополнительная литература**

1. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз: Теория и практика/В. А. Моисеев.-2-е изд. - М.: ВИРА-Р: Омега-Л, 2001.
2. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. для вузов по экон. специальностям / Под ред. Г. А. Васильева.-М.: Изд. об-ние "ЮНИТИ", 2003.
3. Доти Д. Паблисити и ПР. Пер с англ. / Под ред. В.С. Супронова. – М.: Филин, 1996.
4. Джэй Э. Эффективная презентация. Пер с англ. – Минск: Амалфея, 2004.
5. Баркоро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире

### **Семинарское занятие 3. Новость как основа PR-информации (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

*Вопросы для обсуждения:*

1. Содержательные составляющие сюжета новостей.
2. Подготовка и организация события: информационный повод, динамика сюжета.
3. История сюжета; формула сюжета; информационный образ сюжета;
4. Составные части сюжета: синхрон, стенд ап, видео-ряд, закадровый текст.
5. Стиль сюжета: сравнительный анализ сюжетов.

*Основная литература:*

1. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей. Спб, Амфора, 2007.
2. Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М., 2004.

*Дополнительная литература:*

1. Комаровский В.С., Смирнов В.В. Политика, политология, политическое управление. М., 2001.
2. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общей ред. В.С. Комаровского. М., 2001.
3. Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. М., 2001.
4. Тощенко Ж.Т. Социология. М., 2005.

**Семинарское занятие 4. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия. (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

*Вопросы для обсуждения:*

1. Сущность репутационного менеджмента.
2. Конфликты: их виды и способы разрешения службами PR.
3. Коммуникативная сеть в системе PR.
4. Технологии связей с общественностью.

*Основная литература:*

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологи. Аспект-пресс. М, 2006.
2. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб., ПИТЕР, 2002 или 2-ое издание - СПб.: ПИТЕР, 2004. – Глава 7 и 8.
3. Политические коммуникации под ред. Проф. А.И.Соловьева. М., 2004.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. М Изд-во «Дело».

*Дополнительная литература:*

1. Исследование политических ориентаций / Д.П. Гавра, Н.В. Соколов // Социс. 1999, № 1. С.66 - 77.
2. Мельвил А.Ю., Тимофеев И.Н. Россия 2020: альтернативные сценарии и общественные предпочтения// Полис. 2008, № 4. С.66 - 86.

**Семинарское занятие 5. Понятия и принципы антикризисного PR. (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

*Вопросы для обсуждения:*

- 1. 4 уровня системы характерных особенностей бренда: сущность и функции.*
- 2. Информационно-коммуникационные процессы в социально-политической сфере.*
- 3. Массовая информационно-коммуникационная система.*
- 4. Интегрированные маркетинговые коммуникации и немаркетинговые способы организации общественного дискурса.*

*Основная литература:*

- 1. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. Под. Ред. Д.ф.н., проф. Комаровского В.С.М., Изд-во РАГС, 2001.*
- 2. Уэбстер Ф. Теория информационного общества. М., Аспект пресс, 2004.*
- 3. Политические коммуникации. Под.ред.проф. А.И.Соловьева. Аспект-пресс, М.2004.*

*Дополнительная литература:*

**Келлер К.Л.** Стратегический бренд-менеджмент. / Пер.с.англ. 3-е изд. – М.:Вершина:2006.448С.

**Шарков Ф.И.** Магия бренда.Брендинг как маркетинговая коммуникация. М.Альфа-пресс.2006.С.268.с.

### **Семинарское занятие 6. Содержание антикризисного PR (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

#### **Литература Обязательная**

- 4. Чумиков А.Н.** Связи с общественностью: : Учеб. пособие для упр. специальностей вузов/ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т гос. упр. и социал. исследований. – 3-е изд. - М.:Дело, 2002.
- 5. Почепцов Г.Г.** PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.
- 6. Почепцов Г.Г.** Паблик рилейшнз для профессионалов. – 2-е изд., испр. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1999.

#### **Дополнительная литература**

- 6. Моисеев В. А.** Паблик рилейшнз: Теория и практика/В. А. Моисеев.-2-е изд. - М.: ВИРА-Р: Омега-Л, 2001.
- 7. Синяева И. М.** Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. для вузов по экон. специальностям / Под ред. Г. А. Васильева.-М.: Изд. об-ние "ЮНИТИ", 2003.
- 8. Доти Д.** Паблсити и PR. Пер с англ. / Под ред. В.С. Супронова. – М.: Филин, 1996.
- 9. Джэй Э.** Эффективная презентация. Пер с англ. – Минск: Амалфея, 2004.

10. Баркеро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире

### **Семинарское занятие 7. Практика антикризисного PR. (3 часа)**

*Семинар проводится в виде дискуссии по поставленным вопросам. Студенты готовят презентации и доклады по заявленным темам.*

#### **Литература Обязательная**

7. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие для упр. специальностей вузов/ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т гос. упр. и социал. исследований. – 3-е изд. - М.: Дело, 2002.
8. Почепцов Г.Г. PR или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.
9. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – 2-е изд., испр. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1999.

#### **Дополнительная литература**

11. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз: Теория и практика/В. А. Моисеев.-2-е изд. - М.: ВИРА-Р: Омега-Л, 2001.
12. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. для вузов по экон. специальностям / Под ред. Г. А. Васильева.-М.: Изд. об-ние "ЮНИТИ", 2003.
13. Доти Д. Паблिसити и PR. Пер с англ. / Под ред. В.С. Супронова. – М.: Филин, 1996.
14. Джэй Э. Эффективная презентация. Пер с англ. – Минск: Амалфея, 2004.
15. Баркеро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире

### **Семинарское занятие 8. Практика отношений со СМИ в антикризисном PR. (3 часа)**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Характеристики основных СМИ – печатных (газеты и журналы) и электронных (радио, ТВ, Интернет).
2. Сходство и разница основных СМИ.
3. Специфика основных СМИ.
4. Особенности восприятия печатной информации.
5. Особенности восприятия телероликов.
6. Особенности восприятия информации на слух (радио).
7. Роль и влияние музыкального сопровождения.
8. Понятие «издательского цикла» в печатных СМИ.
9. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения PR-кампании. Финансовые, временные, географические факторы PR-кампании и их влияние на выбор СМИ.
10. Анализ рынка СМИ, особенности работы с печатными, электронными СМИ и информационными агентствами; медиаметрия и медиапланирование, технологии инициирования дискуссий в СМИ.
11. Технология организации лоббисткой деятельности в органах государственной власти

#### **Литература Обязательная**

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: : Учеб. пособие для упр. специальностей вузов/ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т гос. упр. и социал. исследований. – 3-е изд. - М.: Дело, 2002.
2. Почепцов Г.Г. ПР или как успешно управлять общественным мнением – М.: Центр, 2004.
3. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – 2-е изд., испр. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1999.

#### **Дополнительная литература**

1. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз: Теория и практика/В. А. Моисеев.-2-е изд. - М.: ВИРА-Р: Омега-Л, 2001.
2. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. для вузов по экон. специальностям / Под ред. Г. А. Васильева.-М.: Изд. об-ние "ЮНИТИ", 2003.
3. Доти Д. Паблисити и ПР. Пер с англ. / Под ред. В.С. Супронова. – М.: Филин, 1996.
4. Джэй Э. Эффективная презентация. Пер с англ. – Минск: Амалфея, 2004.
5. Баркеро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире

#### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Паблик рилейшнз в системе современных коммуникаций»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие паблик рилейшнз в системе современных коммуникаций.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «История связей с общественностью».**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие историю связей с общественностью
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Коммуникативные модели связей с общественностью»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие коммуникативные модели связей с общественностью.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.



3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Работа с информацией»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие практику работы с информацией.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Новость как основа PR-информации»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие новость как основа PR-информации.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Понятия и принципы антикризисного PR»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие понятие и принципы антикризисного PR
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Содержание антикризисного PR»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие содержание антикризисного PR.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Практика антикризисного PR»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие практику антикризисного PR.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

**Рекомендации для самостоятельной работы по теме «Практика отношений со СМИ в антикризисном PR»**

1. Изучите материалы лекции, раскрывающие сущность и подходы к изучению практики отношений со СМИ в антикризисном PR.
2. Повторите материалы лекции и практического занятия по данной теме.
3. Прочитайте предлагаемую литературу по данной теме, будьте готовы ее обсуждать

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.) содержатся на сайте Информационного комплекса РГГУ «Научная библиотека» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://liber.rsuh.ru/?q=node/63>

## **9.3. Иные материалы**

### **Вопросы к письменной итоговой аттестации (контрольные вопросы)**

Формируемые компетенции ОК-6

1. Место PR в демократической системе.
2. PR как неотъемлемая часть эффективного управления
3. Сущность деятельности PR в партийных структурах.
4. PR и различные взаимодействия власти и общества .
5. Роль PR в государственной системе.
6. Служба PR как политический институт гражданского общества.
7. Тенденции развития выборных технологий в условиях политической модернизации.
8. Воздействие печати, ТВ и радио на социальную активность личности.
9. Телекоммуникационные умения политических лидеров: структура, условия и факторы развития.
10. Имидж в политике. Формирование позитивного имиджа политика.
11. Изучение политического рынка и использование маркетинговых исследований по сбору информации.
12. Методы получения информации в маркетинговом исследовании политического рынка.
13. Сегментация рынка. Поведенческие переменные электората.
14. Позиционирование. Составление карты позиционирования.
15. Политический маркетинг и связь с общественностью.
16. Маркетинг в массовых политических кампаниях.
17. Методы формирования имиджа политической партии и политического лидера .
18. Брендинговая политика партии, как и из чего она складывается.
19. Развитие выборных технологий : казахстанский и зарубежный опыт.
20. Разработка стратегии избирательной кампании, определение «мишеней» кампании, выбор тем, определение характера и тональности кампании.
21. Разработка тактики кампании : слоган, реклама, графическая звуковая символика, каналы коммуникации.
22. Взаимосвязь между партстроительством и проведением избирательных кампаний.
23. Какие избирательные технологии следует считать «грязными»
24. Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании.

25. Основные принципы непосредственной работы с избирателями.
26. Мониторинг и моделирующие исследования .
27. Диагностика феноменов массового политического поведения, политического мышления и сознания.
28. Определение стиля и тона рекламной кампании.
29. Выявление факторов коммуникативного общения.
30. Определение основных требований к публичному образу и выступлению.
31. Уровни общественно-политического сознания и поведения.
32. Методы воздействия на сознание реципиента в процессе презентации самоимиджа .
33. Психологические детерминанты поведения избирателей в ситуации политических выборов.
34. Социально-технологические аспекты управления избирательными компаниями.
35. Влияние морального фактора на использование политических и выборных технологий.
36. Политические технологии и этика: критерии взаимодействия.
37. Приёмы речевого воздействия на аудиторию. Приёмы влияния на людей.
38. Имидж политических партий и объединений в электоральном процессе.
39. Обобщение отечественного и зарубежного опыта имиджирования.
40. Место пресс-секретаря в структуре государственной службы.
41. Принцип подготовки пресс-релиза.
42. Технологии проведения пресс-конференций.
43. Задачи пресс-центра органов государственной власти.
44. Взаимодействие органов власти со СМИ.
45. PR сопровождение политического решения.
46. Характер встроенности службы PR в управленческую пирамиду.
47. Статус службы PR в органах власти.
48. Организационное оформление и структура службы PR.
49. Цели, структура, функции PR в местных органах власти.
50. PR в контексте зарубежных деловых коммуникаций.
51. Цели и задачи PR в бизнесе.
52. Применение методов социологических исследований на практике для решения проблем организации

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «**Социологическое обеспечение связей с общественностью**» является частью профессионального цикла (вариативная часть) дисциплин подготовки студентов бакалавров по направлению 39.03.01 «Социология» (бакалавриат).

*Дисциплина «Социологическое обеспечение связей с общественностью» реализуется на факультете социологии кафедрой политической социологии.* В рамках этого курса изучаются социологические подходы к исследованию политических процессов. Курс охватывает круг вопросов, связанных с историей, теорией, идеологией формирования и развития связей с общественностью, социальным статусом служб PR, а также PR технологиями, аналитическими навыками решения и прогнозирования проблем в сфере отношений с общественностью.

*Целью дисциплины является* обучение основам PR, рекламы, теории деловых и массовых коммуникаций и практике их использования в управленческой и маркетинговой деятельности. Формирование понимания логики, принципов и технологий современного коммуникативного процесса.

Для реализации обозначенной цели в процессе преподавания необходимо решение следующих задач:

- изучить основные направления PR-деятельности и рекламы;
- ознакомиться с важнейшими теоретическими и эмпирическими исследованиями российских и зарубежных специалистов по PR;
- приобрести практические навыки анализа общественных процессов;
- изучить систему информационно-аналитических действий PR-менеджера;
- освоить основные методики прикладных исследований процедурно-технологических действий.
- изучить технологии формирования общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования структуры.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОК-5	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

**Все компетенции формируются частично.**

*В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:*

***Знать:***

- основы PR-логии устроительного PR и работу со СМИ.

***Уметь:***

- анализировать основные проблемы, входящие в предмет связей с общественностью
- оценивать практические возможности методов и методик с точки зрения их применения в связях с общественностью
- оценивать последствия реализации общественно-значимых решений;

***Владеть:***

- понятийным аппаратом дисциплины;
- методами и методиками, применяемыми в связях с общественностью.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки выполнения заданий на практических занятиях, оценка самостоятельной работы студентов, которая выполняется в виде рефератов, эссе, творческих, аналитических, командных заданий. Промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (18 часов), семинарские занятия (24 часов), самостоятельная работа студентов, в том числе подготовка к зачету (66 час.)

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ УБРАТЬ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	21.06.2018	<b>6</b>
2	Приложение №1		
3	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	25.06.2019	<b>6</b>
4	Приложение №2		

Приложение к листу изменений №1

**1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)**

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

**2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)**

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.

1.1. Web of Science

1.2. Scopus

2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.

2.1. Журналы Cambridge University Press

2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global

2.3. SAGE Journals

#### 2.4. Журналы Taylor and Francis

### 3. Профессиональные полнотекстовые БД

#### 3.1 JSTOR

#### 3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам

#### 3.3 Электронная библиотека Grebennikon.ru

### 4. Компьютерные справочные правовые системы

#### 4.1 Консультант Плюс,

#### 4.2. Гарант

### 3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

#### Перечень лицензионного программного обеспечения

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
9	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
10	Zoom	Zoom	лицензионное