

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Институт философии
Кафедра социология и социальные технологии

УТВЕРЖДАЮ
Директор института философии
П.П. Скляр
2023г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

По направлению подготовки 39.04.01 Социология
Магистерская программа «Социология организаций и управления»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Социологическое обеспечение связей с общественностью» по направлению подготовки 39.04.01 Социология – ___ с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социологическое обеспечение связей с общественностью» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 февраля 2018 года № 79.

СОСТАВИТЕЛИ:

профессор кафедры социологии и социальных технологий, доктор филологических наук, профессор Фесенко Ю.П.

старший преподаватель кафедры социологии и социальных технологий Конопельнюк Г.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий «18» 04 2023 г., протокол № 17

Заведующий кафедрой _____ Яковенко А.В.

Переутверждена: «___» _____ 20__ г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» 04 2023 г., протокол № 7.

Председатель учебно-методической комиссии института философии _____ Пидченко С.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – обучение студентов основным видам деятельности социолога в области связей с общественностью и обеспечения PR служб социологической информацией.

Задачи: изучить основные функции и направления работы в рамках связей с общественностью;

сформировать представления об организации публичной работы с основными группами общественности;

ознакомить студентов с основными методами качественных и количественных исследований в области связей с общественностью;

сформировать у студентов базовые навыки для разработки комплексного PR-обеспечения субъекта общественных связей;

изучить основные средства реализации связи с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социологическое обеспечение связей с общественностью» входит в модуль профессиональных дисциплин обязательной части учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 39.04.01 Социология.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания социокультурных, экономических, политических факторов становления и развития PR-деятельности; умения выбирать инструменты для воздействия на общественное мнение, проводить и организовывать мероприятия для прессы; навыки подготовки информационных документов, эффективного взаимодействия с различными видами общественности через СМК. Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Современные методы социологических исследований», «Социальная ответственность и технологии социального управления» и служит основой для освоения дисциплин «Социологический анализ цифрового пространства», «Социология общественного мнения», «Организационные коммуникации».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата.	Знать: объект, предмет, методы и задачи социологического обеспечения связей с общественностью; сущность связей с общественностью как специфического вида информационно-коммуникационной деятельности.
		Уметь: проводить отдельные социологические исследования с целью обеспечения связей с общественностью;

		<p>использовать инновационные технологии диагностики в процессе исследования социологического обеспечения связей с общественностью.</p>
		<p>Владеть: навыками сбора и анализа социологической информации для планирования и оценки результатов PR-кампаний; навыками организации и проведения социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения.</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.</p>	<p>Знать: этические и правовые основы формирования общественного мнения в публичной сфере; иметь представление о специфике использования методов социологических исследований в процессе обеспечения связей с общественностью.</p> <p>Уметь: анализировать результаты изучения общественного мнения по актуальным вопросам современности в процессе социологического обеспечения связей с общественностью; использовать результаты изучения общественного мнения в профессиональной сфере.</p> <p>Владеть: навыками сбора и систематизации информации в процессе социологического обеспечения связей с общественностью; навыками создания стратегии коммуникации в процессе социологического</p>

		обеспечения связей с общественностью.
--	--	---------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	234 (6.5 зач. ед)	-	234 (6.5 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего)	137	-	40
в том числе:			
Лекции	69	-	22
Семинарские занятия	68	-	18
Практические занятия	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	97	-	194
Форма аттестации	Зачет/экзамен	-	Зачет/экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Семестр 2

Тема 1. Связи с общественностью: значение, содержание, становление.

Понятие «связи с общественностью». Множественность понятия «общественность», различные пути и возможности влияния общественности на рыночные и государственные институты. Становление и развитие PR. Специфика формирования PR в различных культурных традициях. Составляющие связей с общественностью. Основные принципы и функции PR-деятельности. Управление воздействием общественности на организации и социальные институты. Общественное мнение, его составляющие: установки, ориентации и предпочтения. Измерение общественного мнения. Связи с общественностью как инструмент управления общественным мнением.

Тема 2. Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.

Понятие «социологическая информация». Качественная и количественная социологическая информация в связях с общественностью. Роль и значение социологической информации для эффективной PR-деятельности. Основные методы сбора социологической информации, применимые в связях с общественностью. Социологические исследования в связях с общественностью. Подача социологической информации. Восприятие социологической информации разными аудиториями. Презентация социологической информации. Аудио- и визуальные приемы подачи социологической информации. Социологическая информация в связях с общественностью и передовые технологии.

Тема 3. Паблик рилейшнз в сфере маркетинга.

Маркетинг как поле деятельности паблик рилейшнз. Цели, задачи и функции паблик рилейшнз в маркетинге. Специфика маркетинговой коммуникации. Инструменты, средства и методы паблик рилейшнз в маркетинге. Социологическое обеспечение PR-

деятельности в маркетинге на разных этапах. Маркетинговые исследования и публич рилейшнз. Основные методы социологических исследований, применяемые для связей с общественностью в маркетинге. Важность социологической оценки при публич рилейшнз в сфере маркетинга.

Тема 4. Массовые коммуникации и средства массовой информации.

Основы теории коммуникации. Аудитория, коммуникатор и каналы связи. Способы воздействия коммуникатора на аудиторию через СМИ. Возможности для изменения установок и ориентаций аудитории посредством СМИ. Выбор аудитории и цели организации. Различные подходы к дифференциации общественности в отношении доведения до них необходимой информации. Каналы коммуникации, их характеристики. Управление информационными потоками. Потери и искажение информации в каналах коммуникации и возможные способы их устранения. Возможности блокирования в каналах нежелательной информации или изменение ее воздействия на аудиторию. Характер передаваемой информации через СМИ. Кодирование и декодирование информации в СМИ.

Тема 5. Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.

Характеристика печати как одного из основных средств массовой коммуникации. Печатные СМИ. Возможности и ограничения использования печатных СМИ в связях с общественностью. Специфика радиовещания и телевидения: время и пространственность передач, оперативность, театральность и т.д. Аудитория радиовещания и телевидения: социологический портрет. Социологические мониторинги деятельности СМИ и их значение в связях с общественностью. Возможности и ограничения, преимущества и недостатки СМИ в публич рилейшнз. Интерактивные опросы в СМИ и общественное мнение.

Тема 6. Интернет в связях с общественностью.

Социально-коммуникативные функции Интернета. Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий. Интернет-технологии и сервисы Интернета. Интернет-сервисы как каналы коммуникации и как технические решения. Аудитория Интернета. Целевая аудитория в Интернете. Различия аудитории по степени интенсивности и разносторонности использования Интернета. Использование возможностей интернет-технологий в связях с общественностью. Социальные сети и публич рилейшнз. Интернет-опросы как технология публич рилейшнз. Интернет-реклама и таргетинг как инструменты PR-технологий.

Семестр 3

Тема 7. Организация информационной работы с основными группами общественности.

Средства массовой информации и связи с общественностью в контексте групповых интересов. Особенности подготовки и представления информации в связях с общественностью в зависимости от аудитории. Информационная работа с социальными, общественными и политическими организациями. Особенности проведения информационной работы в коммерческой среде. Специфика информационной работы в различных социальных институтах. Информационная работа в секторе управления. Социологическое обеспечение информационной работы с различными общественными группами. Социологические исследования в информационной работе.

Тема 8. Средства внутриорганизационных коммуникаций.

Общественные и межличностные отношения. Коммуникация в системе общественных и межличностных отношений. Коммуникативная сторона общения: передача и восприятие информации в ходе общения. Схема диалога. Интерактивная сторона общения. Типы взаимодействий. Феномен символического взаимодействия и его влияние на содержание социальных связей. Механизмы взаимопонимания в процессе общения. Межличностная аттракция. Факторы выбора типа поведения: ситуационные и

социологические факторы. Роли и идентификация как факторы выбора. Роль социально-психологических факторов в формировании социальных связей на различных уровнях. Взаимосвязь между стратегией и тактикой в деятельности по связям с общественностью при осуществлении внутриорганизационной коммуникации.

Тема 9. Отношения с государством и местной общественностью.

PR-кампании и государственные интересы. PR-проекты на социальную проблематику. Местные органы власти и связи с общественностью. Связи с общественностью: государственный и муниципальный уровни. Оперативность информирования граждан о действиях центральных и местных органов власти: социологический анализ. Особенности целей, методов, принципов, технологий и приемов связей с общественностью на общегосударственном, региональном и местном уровнях. Различные уровни управления и связи с общественностью.

Тема 10. Управление связями с общественностью в условиях кризиса.

Кризис как особая форма существования той или иной организации и общества. Основные причины возникновения кризисных ситуаций. Конфликт как производная кризисной ситуации. Основные пути разрешения конфликтов в том числе и посредством установления содержательных связей с общественностью. Тактика и стратегия PR-деятельности в условиях кризиса. Технологии публик рилейшнз как инструмент выхода из кризисных ситуаций. Эффективность PR-деятельности в условиях кризиса.

Тема 11. Социологическая оценка PR-проектов.

Качественные и количественные методы, применяющиеся для оценки PR-проектов. Основные этапы и технологии социологического оценивания PR-проектов. Особенности социологической оценки в зависимости от целей и задач PR-проекта. Оценка социальных последствий PR-проектов. Оценка отношений различных социальных групп к PR-проектам. Анализ временных факторов воздействия PR-проектов на различные категории граждан.

Тема 12. Обеспечение связей с общественностью в мультикультурной среде.

Учет культурных этнических, конфессиональных, идеологических различий при организации и осуществлении связей с общественностью. Роль PR мероприятий в налаживании межкультурного диалога. Языковая проблематика при осуществлении связей с общественностью и пути ее конструктивного решения. Связи с общественностью и межконфессиональный диалог.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Семестр 2				
1.	Связи с общественностью: значение, содержание, становление.	6	-	2
2.	Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.	6	-	2
3.	Паблик рилейшнз в сфере маркетинга.	6	-	2
4.	Массовые коммуникации и средства массовой информации.	6	-	
5.	Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.	6	-	2
6.	Интернет в связях с общественностью.	5	-	2
Семестр 3				
7.	Организация информационной работы с	6	-	2

	основными группами общественности.			
8.	Средства внутриорганизационных коммуникаций.	6	-	2
9.	Отношения с государством и местной общественностью.	6	-	2
10.	Управление связями с общественностью в условиях кризиса.	6	-	2
11.	Социологическая оценка PR-проектов.	5	-	2
12.	Обеспечение связей с общественностью в мультикультурной среде.	5	-	2
Итого:		69	-	22

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Семестр 2				
1.	Связи с общественностью: значение, содержание, становление.	6	-	2
2.	Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.	6	-	2
3.	Паблик рилейшнз в сфере маркетинга.	6	-	2
4.	Массовые коммуникации и средства массовой информации.	5	-	2
5.	Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.	5	-	
6.	Интернет в связях с общественностью.	5	-	2
Семестр 3				
7.	Организация информационной работы с основными группами общественности.	6	-	2
8.	Средства внутриорганизационных коммуникаций.	5	-	2
9.	Отношения с государством и местной общественностью.	6	-	
10.	Управление связями с общественностью в условиях кризиса.	6	-	2
11.	Социологическая оценка PR-проектов.	6	-	2
12.	Обеспечение связей с общественностью в мультикультурной среде.	6	-	
Итого:		68	-	18

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Семестр 2					
1.	Связи с общественностью:	Подготовка семинарским	8	-	16

	значение, содержание, становление.	занятиям, текущему промежуточному контролю	к и			
2.	Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
3.	Паблик рилейшнз в сфере маркетинга.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
4.	Массовые коммуникации и средства массовой информации.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
5.	Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
6.	Интернет в связях с общественностью.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
Семестр 3						
7.	Организация информационной работы с основными группами общественности.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
8.	Средства внутриорганизационных коммуникаций.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
9.	Отношения с государством и местной общественностью.	Подготовка семинарским занятиям, текущему	к к и	8	-	16

		промежуточному контролю				
10.	Управление связями с общественностью в условиях кризиса.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	18
11.	Социологическая оценка PR-проектов.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	9	-	16
12.	Обеспечение связей с общественностью в мультикультурной среде.	Подготовка семинарским занятиям, текущему промежуточному контролю	к к и	8	-	16
Итого:				97	-	194

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Социологическое обеспечение связей с общественностью» не предусмотрены учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных образовательных технологий.

6. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др]; под ред. Л. В.Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 320 с. – ISBN 978-5-7567-0642-0. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>

2. Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства: монография / Е. А. Осипова. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 144 с. - ISBN 978-5-16-103663-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/523516>

3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. – М.: ИЦ РИОР, 2018. – 192 с.: – (Карманное учебное пособие). – ISBN 978-5-369-00534-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>

б) дополнительная литература:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью: учебное пособие / С. А. Варакута. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 207 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-003443-0. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>

2. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник / А.А. Марков. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 190 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/2518. – ISBN 978-5-16-006212-9. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819448>

3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство «Аспект Пресс», 2018. – 224 с. – ISBN 978-5-7567-0896-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2062428>

4. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 343 с. Доп. материалы [Электронный ресурс]. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904453>

в) интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Знаниум» – <https://znanium.ru/>

Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – <http://www.isras.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Социологическое обеспечение связей с общественностью» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx

Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Социологическое обеспечение связей с общественностью»

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-4.	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2.	Тема 1. Связи с общественностью: значение, содержание, становление.	2, 3
				Тема 2. Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.	2, 3
				Тема 3. Пабллик рилейшнз в сфере маркетинга.	2, 3
				Тема 4. Массовые коммуникации и средства массовой информации.	2, 3
				Тема 5. Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.	2, 3
				Тема 6. Интернет в связях с общественностью.	2, 3
				Тема 7. Организация информационной работы с основными группами общественности.	2, 3
				Тема 8. Средства внутриорганизационных коммуникаций.	2, 3
				Тема 9. Отношения	2, 3

				с государством и местной общественностью.	
				Тема 10. Управление связями с общественностью в условиях кризиса.	2, 3
2.	УК-5.	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1.	Тема 1. Связи с общественностью: значение, содержание, становление.	2, 3
				Тема 2. Социологическая информация в обеспечении связей с общественностью.	2, 3
				Тема 3. Паблик рилейшнз в сфере маркетинга.	2, 3
				Тема 4. Массовые коммуникации и средства массовой информации.	2, 3
				Тема 5. Организация работы с прессой. Работа с радио и телевидением.	2, 3
				Тема 6. Интернет в связях с общественностью.	2, 3
				Тема 7. Организация информационной работы с основными группами общественности.	2, 3
				Тема 8. Средства внутриорганизационных коммуникаций.	2, 3

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-4	УК-4.2.	<p>Знать: объект, предмет, методы и задачи социологического обеспечения связей с общественностью; сущность связей с общественностью как специфического вида информационно-коммуникационной деятельности</p> <p>Уметь: использовать инновационные технологии диагностики в процессе исследования социологического обеспечения связей с общественностью; анализировать результаты изучения общественного мнения по актуальным вопросам современности в процессе социологического обеспечения связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками сбора и анализа социологической информации для планирования и оценки результатов PR-кампаний; навыками</p>	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 11, Тема 12	Контрольные работы, творческие задания

			организации и проведения социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения.		
2.	УК-5.	УК-5.1.	<p>Знать: этические и правовые основы формирования общественного мнения в паблик рилейшнз; иметь представление о специфике использования методов социологических исследований в процессе обеспечения связей с общественностью.</p> <p>Уметь: анализировать результаты изучения общественного мнения по актуальным вопросам современности в процессе социологического обеспечения связей с общественностью; использовать результаты изучения общественного мнения в профессиональной сфере.</p> <p>Владеть: навыками сбора и систематизации информации в процессе социологического обеспечения связей</p>	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 11, Тема 12	Контрольные работы, творческие задания

			с общественностью; навыками создания стратегии коммуникации в процессе социологического обеспечения связей с общественностью.		
--	--	--	---	--	--

Фонды оценочных средств по дисциплине «Социологическое обеспечение связей с общественностью»

Вопросы к контрольным работам (пороговый уровень)

1. Взаимозависимость связей с общественностью и социально-экономическими и социально-политическими трансформациями
2. Влияние потребностей аудитории на формирование и изменение общественного мнения
3. Роль и значение социологической информации для эффективной PR-деятельности
4. Социологическая информация в связях с общественностью и передовые технологии
5. Социологическое обеспечение PR-деятельности в маркетинге на разных этапах
6. Характер передаваемой информации через СМИ
7. Аудитория радиовещания и телевидения: социологический портрет
8. Использование возможностей интернет-технологий в связях с общественностью
9. Специфика информационной работы в различных социальных институтах
10. Роль социально-психологических факторов в формировании социальных связей на различных уровнях
11. Взаимосвязь между стратегией и тактикой в деятельности по связям с общественностью
12. Связи с общественностью: государственный и муниципальный уровни
13. Качественные и количественные методы, применяющиеся для оценки PR-проектов
14. Анализ временных факторов воздействия PR-проектов на различные категории граждан
15. Связи с общественностью и межконфессиональный диалог.
16. Музыка в рекламных теле- и радиороликах.
17. Принципы, формы и методы взаимодействия PR специалиста с прессой.
18. Управление общественными связями в системе коммуникаций.
19. Основные этапы планирования и проведения PR-кампаний.
20. PR деятельность с внешней аудиторией.
21. Роль PR и рекламы в создании брендов.
22. Работа с современными информационными ресурсами.
23. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности. Особенности российского и международного законодательства.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Творческие задания*(базовый уровень)*

1. Опишите основные этапы становление и развитие PR.
2. Специфика формирования PR в различных культурных традициях.
3. Качественная и количественная социологическая информация в связях с общественностью.
4. Восприятие социологической информации разными аудиториями.
5. Специфика маркетинговой коммуникации.
6. Назовите основные методы социологических исследований, применяемые для связей с общественностью.
7. Выделите ключевые способы воздействия коммуникатора на аудиторию через СМИ.
8. Как Вы оцениваете перспективы создания универсального языка коммуницирования в рамках глобального социума?
9. Опишите возможности и ограничения использования печатных СМИ в связях с общественностью.
10. Проведите социологический анализ телевидения и связи с общественностью.
11. Выполните мониторинг деятельности СМИ и их значение в связях с общественностью (по данным периодических публикаций).
12. Установите связь социальных сетей и паблик рилейшнз.
13. Назовите основные этапы подготовки и представления информации в связях с общественностью в зависимости от аудитории
14. Назовите уровни и формы внутриорганизационной коммуникации.
15. Особенности проведения PR-проектов на социальную проблематику.
16. Проведите оценку социальных последствий PR-проектов.
17. Проанализируйте эффективность PR-деятельности в условиях кризиса.
18. Назовите основные этапы осуществления контент-анализа прессы?
19. В чем особенности мониторинга прессы, теле- и радиовещания, интернет-ресурсов?
20. Опишите основные приемы представленности результатов социологических исследований в СМК.
21. Приведите пример деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий.
22. Охарактеризуйте особенности продвижения в мультимедийном пространстве.
23. Что является основным содержанием концепции PR.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «творческое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Творческое задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
3	Творческое задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
2	Творческое задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (2 семестр, зачет)*(высокий уровень)*

1. Особые тактические приемы и способы действий в ходе деятельности по формированию связей с общественностью.
2. PR-кампании и государственные интересы.
3. Местные органы власти и связи с общественностью.
4. Особенности целей, методов, принципов, технологий и приемов связей с общественностью на общегосударственном, региональном и местном уровнях.
5. Конфликт как производная кризисной ситуации. Основные пути разрешения конфликтов.
6. Тактика и стратегия PR-деятельности в условиях кризиса.
7. Основные этапы и технологии социологического оценивания PR-проектов.
8. Особенности социологической оценки в зависимости от целей и задач PR-проекта.
9. Оценка отношений различных социальных групп к PR-проектам.
10. Учет культурных этнических, конфессиональных, идеологических различий при организации и осуществлении связей с общественностью.
11. Контент-анализ тематических статей, посвященных связям с общественностью, опубликованных в российских социологических журналах за последние пять лет.
12. Программа социологического исследования для изучения общественного мнения в области коммуницирования органов управления со СМИ.
13. Связи с общественностью в сфере управления.
14. Уровни коммуникации в связях с общественностью.
15. Паблик рилейшнз и политика.

16. Связи с общественностью и бизнес.
17. Имидж как одна из основных составляющих PR.
18. Связи с общественностью и внешняя политика государства.
19. Качественные и количественные методы, применяющиеся для оценки PR-проектов.
20. Особенности социологической оценки в зависимости от целей и задач PR-проекта.
21. Оценка социальных последствий PR-проектов.
22. Оценка отношений различных социальных групп к PR-проектам.
23. Анализ временных факторов воздействия PR-проектов на различные категории граждан.
24. Учет культурных этнических, конфессиональных, идеологических различий при организации и осуществлении связей с общественностью.
25. Роль PR мероприятий в налаживании межкультурного диалога.
26. Связи с общественностью и межконфессиональный диалог.
27. Перспективы развития связей с общественностью в условиях развития новых технологий.
28. Проблема этики в работе по связям с общественностью (на основе анализа этических кодексов социологов и PR).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль («зачет»)

Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Оценочные средства для промежуточной аттестации (3 семестр, экзамен)

1. Понятие «связи с общественностью».
2. Составляющие связей с общественностью.
3. Основные принципы и функции PR-деятельности.
4. Связи с общественностью как инструмент управления общественным мнением.
5. Сравнительный анализ рекламы, пропаганды и связей с общественностью.
6. История становления связей с общественностью.
7. Понятие «социологическая информация».
8. Основные методы сбора социологической информации, применимые в связях с общественностью.
9. Социологические исследования в связях с общественностью.
10. Подача социологической информации.
11. Маркетинг как поле деятельности публичных отношений.
12. Цели, задачи и функции публичных отношений в маркетинге.
13. Инструменты, средства и методы публичных отношений в маркетинге.
14. Маркетинговые исследования и публичных отношений.
15. Важность социологической оценки при публичных отношениях в сфере маркетинга.
16. Возможности для изменения установок и ориентаций аудитории посредством СМИ.
17. Различные подходы к дифференциации общественности в отношении доведения до них необходимой информации.
18. Каналы коммуникации, их характеристики.
19. Потери и искажение информации в каналах коммуникации и возможные способы их устранения.
20. Печатные СМИ и связи с общественностью.
21. Использование возможностей телевидения в публичных отношениях.
22. Использование радиовещания в технологиях публичных отношений.
23. Возможности и ограничения, преимущества и недостатки СМИ в публичных отношениях.
24. Интерактивные опросы в СМИ и общественное мнение.
25. Особенности выделения целевой аудитории в Интернете.
26. Интернет-реклама и таргетинг как инструменты PR-технологий.
27. Информационная работа с социальными, общественными и политическими организациями.
28. Особенности проведения информационной работы в коммерческой среде.
29. Социологическое обеспечение информационной работы с различными общественными группами.
30. История возникновения и развития PR в России и за рубежом.
31. Управление общественными связями в системе коммуникаций.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль («экзамен»)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход

	в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)