

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 04.10.2024 09:47:16
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП



д.ф.н., профессор Е.Н. Брызгалова
«30» апреля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)
СМИ и PR-технологии

Направление
42.04.04 Телевидение

Профиль
Тележурналистика

Для студентов 1 курса очной формы обучения
Составитель: *к.б.н., доцент Д.В. Ильяшенко*

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов представления о PR-деятельности, умений исследовать и анализировать различные ситуации организации работы в паблик рилейшенз, разрабатывать способы решения задач, связанных с эффективным управлением PR кампаниями в современных условиях.

Задачами освоения дисциплины являются:

- дать понятие об основных терминах, связанных с паблик рилейшенз в СМИ;
- научить применять технологии паблик рилейшенз в СМИ;
- отработать навыки создания паблик рилейшенз;
- развивать критическое мышление студентов для анализа организации работы в сфере паблик рилейшенз.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Элективная дисциплина «СМИ и PR-технологии» входит в обязательную часть. В результате изучения данной дисциплины студенты должны иметь представление об основных теоретических подходах к определению «паблик рилейшенз», о сущностной природе PR, об основных категориях сферы социальных коммуникаций; знать базовые процессы и специфику деятельности в области связей с общественностью в социальной работе.

3. Объем дисциплины: ____2____ зачетных единиц, ____72____ академических часов, **в том числе:**

самостоятельная работа: ____55____ часов, в том числе контроль ____0____.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6 Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования её совершенствования на основе самооценки ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	УК-6.3 Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков ОПК-6.1 Отбирает в процесс медиапроизводства информационно-коммуникационные технологии ОПК-6.2 Владеет методами обработки результатов собственной деятельности с использованием информационно-коммуникативных технологий ОПК-6.3 Умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ОПК-6.4 Организует процесс медиапроизводства используя современные технологии и доступные информационно-коммуникативные технологии

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения: зачет, 1 семестр

6. Язык преподавания русский.

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

1. Для студентов очной формы обучения

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
Определение и основные понятия PR	2	0	1	1
Рынок PR в РФ	2	0	2	
Организация PR	4	0		4
Регулирование сферы PR	4	0		4
Исследования в PR	4	0		4
Технологии PR. Их классификация	8	0	2	6
Отношения со СМИ. Виды и функции СМИ. Особенности формирования отношений со СМИ	6	0	2	4
Особенности работы СМИ. Формы подачи новостных материалов и организация PR-компаний. PR-проекты.	10	0	2	8
Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	6	0	2	4
Теория массовой коммуникации и роль PR в современном обществе	8	0	2	6
Реклама и медиапланирование	6	0	2	4
Паблисити	6	0	2	4
Организация и проведение PR-кампаний	6	0		6
ИТОГО	72	0	17	55

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Определение и основные понятия PR	практическое занятие	Фасилитированная дискуссия
Рынок PR в РФ	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг
Организация PR	практическое занятие	Тренинг. Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Регулирование сферы PR	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг
Исследования п PR	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра). Аквариумная дискуссия
Технологии PR и их классификация	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Отношения со СМИ. Виды и функции СМИ. Особенности формирования отношений со СМИ	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра). Аквариумная дискуссия
Особенности работы СМИ. Формы подачи новостных материалов и организация PR- компаний. PR-проекты.	практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации). Тренинг
Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Традиционная дискуссия. Тренинг.
Теория массовой коммуникации и роль PR в современном обществе	практическое занятие	Творческое задание. Тренинг.
Реклама и медиапланирование	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра). Аквариумная дискуссия. Тренинг
Паблисити	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра). Аквариумная дискуссия. Тренинг
Организация и проведение PR- кампаний	практическое занятие	Творческие задания. Тренинг.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий.

Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.

2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).
3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Для эффективного формирования запланированных компетенций студентов используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации образовательной деятельности: традиционная лекция, проблемная лекция, разные виды дискуссий, активизация творческой деятельности, подготовка письменных аналитических работ (реферат), тестирование.

1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции УК-6 Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования её совершенствования на основе самооценки

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
УК-6.3 Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков	1. Описать методы, которые магистрант может использовать при создании ПР-проекта. 2. Проанализировать одну из кризисных ситуаций и представить письменный отчет. 3. Составить пресс-релиз	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

2. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ОПК-6.1 Отбирает в процесс	1. Подобрать библиографию для написания научной статьи по	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из

медиапроизводства информационно-коммуникационные технологии	проблеме PR-технологии (по выбору). 2. Составить презентацию по PR-проекту	полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ОПК-6.2 Владеет методами обработки результатов собственной деятельности с использованием информационно-коммуникативных технологий	1. Проанализировать работу предвыборного штаба – пресс-центра – одной из партий. 2. Составить презентацию по PR-проекту	0 – 10 б. Установить логическую последовательность действий в проведении предложенных исследований. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ОПК-6.3 Умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	1. Подготовить проведение пресс-конференции. 2. Составить презентацию по PR-проекту.	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ОПК-6.4 Организует процесс медиапроизводства используя современные технологии и доступные информационно-коммуникативные технологии	1. Составить план PR-проекта и его подробное описание 2. Составить презентацию по PR-проекту	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Основная литература:

1. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : Учеб. пособие. - Москва ; Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 238 с. – Электронный ресурс. – Режим доступа:

<http://znanium.com/go.php?id=795805>

2. Калмыков А.А., Денисова М.А. Системное описание PR-технологии. // Оптимальные коммуникации. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/02/15/430/>

б) Дополнительная литература:

1. Бочаров М.П. PR в Интернете [Электронный ресурс] : учебное пособие. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 131 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68014.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
3. База данных Web of science
http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=
4. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум» <http://www.znanium.com/>
6. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда
<http://www.mylibrary.com/browse/open.asp>
7. Электронная библиотека РГБ <http://diss.rsl.ru/> 8. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>

VI. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Материалы по теории ПР-кампаний. Изучив их самостоятельно, студент должен представить разработку собственной ПР-кампании

Тема 1. PR-кампания: определение, существенные характеристики, типология.

Формы профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью: характеристика, сравнительный анализ PR-акции, PR-кампании, PR-программы. Комплексная рекламная кампания и PR-кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие. Виды PR – кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т.д. Разбор кейсов рекламных и PR-кампаний.

Тема 2. Структура PR-кампании

Подходы к структуризации PR-кампании: С.Блэк, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков и другие. Характеристика пяти этапов кампании: коммуникационный аудит, ситуационный анализ, этап стратегического планирования, реализация, оценка эффективности. Последовательность и параллельность осуществления этапов PR-кампании. Разбор кейсов: «Самые успешные PR-кампании в мировой практике».

Тема 3. Коммуникационный аудит

Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Российская и международная практика проведения оценки коммуникативной среды базисного субъекта PR. Классификация источников информации, каналов коммуникации, видов сообщений о базисном субъекте PR, целевых аудиторий. Понятие ключевой и целевой аудитории. Структура общественных оценок. Оценка репутации. Базы данных, как источник информации. Методы исследований на этапе коммуникационного аудита. Разбор кейсов по материалам журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations».

Тема 4. Ситуационный анализ

Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов базисного субъекта PR. SWOT – анализ. Количественные и качественные методы исследований на этапе ситуационного анализа. Самоанализ топ-менеджмента как необходимый инструмент диагностики ситуации и прогноза развития базисного субъекта PR. Разбор кейсов по материалам сайтов www.devbusiness.ru, www.marketing.spb.ru, www.sostav.ru, других.

Тема 5. Стратегическое планирование

Постановка целей и задач, общая концепция PR-кампании. Творческий аспект стратегии. АСП-подход, планирование на основе выделения направлений деятельности, связанных с той или иной целевой аудиторией. Целеполагание, как необходимое условие измеримости результатов PR-кампании. Гуманитарные технологии (П.Щедровицкий, Е.Островский), социально-коммуникативные технологии (Д.П.Гавра) как инструмент разработки PR-кампании. Разбор кейсов: «50 лучших проектов Национальной премии в области развития связей с общественностью «Серебряный Лучник», «Самые успешные PR-кампании в мировой практике».

Тема 6. Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании

Медиа-аспект стратегии. Медиакарта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. Медиа-обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Разбор кейсов по материалам журналов «Индустрия рекламы», «Рекламодатель», «PR в России».

Тема 7. Формирование бюджета PR-кампании

Подходы к формированию бюджета: экспертный метод «5 вопросов», экспертный метод «Независимый усредненный прогноз», другие. Принципы отбора экспертного жюри. Способы оптимизации бюджета PR-кампании. Разбор кейсов по материалам журналов «Управление компанией», «Секрет фирмы».

Тема 8. Оценка эффективности

Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации PR-кампании. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании.

Тема 8. Технологии PR, как эффективный инструмент реализации PR-кампании

Гуманитарные технологии (Московская школа) и социально-коммуникативные (Петербургская школа) технологии в области связей с общественностью. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных PR-технологий: медиа-рилейшнз, спонсорство, фанд-рейзинг, формирование имиджа, специальные события и мероприятия PR, внутрифирменный PR и другие. Разбор кейсов по материалам журналов «Сообщение», «PR-диалог».

Тема 9. Особенности организации и проведения PR-кампаний в государственной сфере жизнедеятельности общества.

Особенности коммуникационного аудита, ситуационного анализа, стратегического планирования и оценки эффективности PR-кампаний для органов государственного, муниципального управления. Особенности организации и проведения PR-кампаний для силовых, контролирующих и правоохранительных структур. Разработка проекта PR-кампании для базисного субъекта – органа государственного управления.

Тема 10. Особенности организации и проведения PR-кампаний в коммерческой сфере жизнедеятельности общества.

Особенности коммуникационного аудита, ситуационного анализа, стратегического планирования и оценки эффективности PR-кампаний для бизнес-структур. Особенности организации и проведения PR-кампаний для малого, среднего бизнеса, крупных корпораций. Разработка проекта PR-кампании для базисного субъекта – коммерческой организации.

Тема 11. Особенности организации и проведения PR-кампаний в некоммерческом секторе жизнедеятельности общества.

Особенности коммуникационного аудита, ситуационного анализа, стратегического планирования и оценки эффективности PR-кампаний для некоммерческих организаций. Особенности организации и проведения PR-кампаний для НКО Томской области. Разработка проекта PR-кампании для базисного субъекта – общественной студенческой организации.

Примерные темы рефератов

1. Разработка и планирование PR-кампаний.
2. Внутрифирменный PR.
3. Использование медиа-рилейшнз при организации и проведении PR-кампаний.
4. Использование немедийных средства коммуникации в PR-деятельности.
5. Благотворительность, патронаж, спонсоринг и фанд-рейзинг как технологии PR.
6. Проблемы эффективности PR (на различных уровнях PR-деятельности).
7. Специфика организации и проведения PR-кампаний в Твери и Тверской области.
8. Организация события как эффективная PR-технология.
9. Коммуникационный аудит как основа стратегического планирования PR-кампании.
10. Гуманитарные технологии (П.Щедровицкий, Е.Островский), социально-коммуникативные технологии (Д.П.Гавра) как инструментарий разработчика PR-кампании.
11. Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях.
12. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании.
13. Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.
14. Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции.
15. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент.

Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

Контрольная работа № 1.

1. Предмет, объект и методы PR.
2. Становление PR как науки и учебной дисциплины.
3. Роль PR в современном обществе
4. Этика и профессиональные стандарты PR.
5. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области

ПР.

6. Законы и нормативные акты, регулирующие сферу связи с общественностью.
7. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.
8. Социально-коммуникационные революции.
9. Вербальная и невербальная коммуникация.
10. Теория массовых коммуникаций.
11. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации.

Контрольная работа № 2.

1. Рекламная коммуникация: цели и основные составляющие.
2. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.
3. Особенности рекламы в различных СМИ
4. Предмет политической коммуникации.
5. Особенности коммуникаций в политике.
6. СМК в политическом процессе: функции, способы распространения информации.
7. Политическое консультирование: типы, виды, формы и функции
8. Технологии политического консультирования.
9. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию имиджа клиента.
10. Специализированные формы организационных структур PR и их соотношение.

Вопросы к зачету

1. PR-акция, PR-кампания и PR-программа: определения, сравнительная характеристика.
2. PR-кампания и комплексная рекламная кампания: функциональное и целевое различие.
3. Типы PR-кампаний.
4. Гуманитарные технологии (Московская школа) и социально-коммуникативные (Петербургская школа) технологии в области связей с общественностью.
5. Приемы, методы и технологии PR.
6. Структура PR-кампании.
7. Количественные и качественные методы исследований в рамках PR-кампании.
8. Структура общественных оценок. Оценка репутации базисного субъекта PR.
9. Коммуникационный аудит как этап разработки PR-кампании.
10. Ситуационный анализ как этап разработки PR-кампании.
11. Стратегическое планирование как этап разработки PR-кампании.
12. АСП-подход к планированию PR-кампании.
13. Роль медиа-планирования в разработке PR-кампании.
14. Специальные мероприятия PR.
15. Организация события, как основы для PR-кампании.
16. Целевая аудитория PR-кампании: определение, существенные характеристики, значение.
17. Ресурсы PR-кампании: определение, существенные характеристики, значение.
18. Медийные и немедийные каналы коммуникаций в PR-кампании: общая характеристика, соотношение, значение.
19. Презентации и шоу как технологии PR.
20. Образовательные программы, семинары как технологии PR.
21. Организация выставок как технология PR.

22. Спонсорство, благотворительность, патронаж как PR-технологии.
23. Фанд-рейзинг как технология PR.
24. Product placement как технология PR.
25. Технологии внутрикорпоративного PR, как залог успешного проведения PR-кампании.
26. Основные подходы к формированию бюджета PR-кампании.
27. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
28. Методы оценки эффективности PR-кампании.
29. Особенности организации и проведения PR-кампаний для малого, среднего бизнеса, крупных корпораций.
30. Особенности организации и проведения PR-кампаний для учреждений государственной сферы.
31. Особенности организации и проведения PR-кампаний в некоммерческом секторе.
32. Специфика организации и проведения PR-кампаний в Твери и Тверской области.

Принципы и критерии оценки

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.
- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.
- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем
- Усвоение материала предыдущей лекции или семинара оценивается от 1 до 3 баллов. Активное участие студента в аудиторной работе на каждом из занятий оценивается также 1-3 баллами. Таким образом, суммарная максимально возможная оценка за аудиторную работу для каждого из занятий составляет 3 балл.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.
- Правильность выполнения домашнего задания.

Домашнее задание включает в себя два типа работ:

1. Самостоятельная проработка темы. По итогам проводится контрольная работа.
2. Выполнение творческого задания.

Тема задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем.

Творческое задание обязательно связано с практикой поиска информации о истории и современном состоянии рекламной и её анализа.

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Оценки для каждой из работ домашнего задания выставляются по следующей схеме:

- Выполнение творческих заданий – от 0 до 8 баллов (политомическая оценка) в зависимости от качества выполнения.
- Контрольная исследовательская работа – от 0 до 5 баллов.

Итоговая суммарная оценка домашних работ осуществляется два раза. Первый раз – перед последним плановым семинаром 1-го модуля (для информирования учащихся об их промежуточных успехах). Второй раз – в период последних двух недель семестра (итоговая оценка за самостоятельную работу).

Студенты получают домашние задания на общую почту учебной группы, или страничку группы в социальной сети. Сроки на выполнение каждого из заданий за исключением эссе по фильмам и книгам – семь календарных дней. Срок выполнения задания «эссе» - две недели.

Выполненное задание отсылается каждым студентом индивидуально (с личного электронного адреса) на адрес преподавателя или сдается в напечатанном виде.

Критерии оценки исследовательской работы:

- репрезентативность эмпирического материала (студенту необходимо осуществить как можно более полный охват материала изучаемой сферы);
- полнота анализа;
- наличие выводов о наблюдаемых тенденциях, субъективной оценки изученных материалов.

Высокая оценка исследовательской работы ставится в случае полного соответствия критериям (допускаются незначительные погрешности). Низкая оценка ставится в случае частичного соответствия работы критериям. Исследовательская работа не считается зачтенной в случае несоответствия критериям.

Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Семинарское занятие по дисциплине «Введение в профессию» – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов учебной дисциплины. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;

- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

При работе с литературой рекомендуется:

- в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);
- использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется

затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Методические указания при подготовке доклада с презентацией

Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое изучение дисциплины. Доклад должен быть построен таким образом, чтобы наиболее ярко охарактеризовать выбранную тему и сформировать интерес к её дальнейшему изучению. Обязательным требованием является толерантное и корректное изложение материала. Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие оценить степень усвоения материала;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Презентация должна быть лаконичной и соответствовать теме доклада. В приоритете должны быть визуальные средства (фото, графики, схемы, диаграммы).

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

Аудиторная самостоятельная работа включает в себя: выполнение заданий для самостоятельной работы для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

Использование консультаций при самостоятельной работе. Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Введение в профессию», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих видов контроля: текущий контроль – опросы, представление докладов, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы; рейтинговый контроль – создание эссе, выполнение проектной /аттестационной работы; формы промежуточного контроля – экзамен.

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления

учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Итоговой формой контроля сформированности компетенций у студентов по дисциплине является экзамен.

Требования к рейтинг-контролю:

Дисциплина имеет одну точку промежуточного контроля – экзамен. Максимальное количество баллов, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 60 баллов.

УШ. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

СМИ и PR-технологии	Учебная аудитория № 10 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)	Учебная мебель
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: Компьютерный класс. Учебная аудитория № 28(Л) (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)	1. Компьютер Триолит. Монитор ЛОС1 Компьютер Norbel. Монитор BENQ 2. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 3. Компьютер Norbel. Монитор BENQ	Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFish Server Open Source Edition 4.1.1 – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Microsoft Office профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21

	4. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Net Beans IDE – бесплатно SmartGit – бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно
	5. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	
	6. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	
	7. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	
	8. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	
	9. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	
	10. Компьютер Монитор BENQ	Norbel.	

УШ. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения
1		-	