



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИГО  
Л.Н. Санникова

02.02.2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***PR-СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ***

Направление подготовки (специальность)  
39.03.01 Социология

Направленность (профиль/специализация) программы  
Социологические и маркетинговые исследования

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
заочная

|                     |   |
|---------------------|---|
| Институт/ факультет | Институт гуманитарного образования                        |
| Кафедра             | Социальной работы и психолого-педагогического образования |
| Курс                | 5   |

Магнитогорск  
2026 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования

26.01.2026 г., протокол № 5

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО

02.02.2026 г., протокол № 6

Председатель \_\_\_\_\_ Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:

Рецензент:

## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2031 - 2032 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

формирование представлений о социальной рекламе и PR как феномене общественной жизнедеятельности и рекламной технологии, теоретических и технологических основах социального проектирования. В ходе преподавания дисциплины предполагается решение следующих задач: привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления; сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью; развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности.

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина PR-связи с общественностью входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Имиджелогия

Организация, подготовка и презентация социологического исследования

Фокус-группа в социологическом и маркетинговом исследовании

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «PR-связи с общественностью» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции   |
|----------------|--|
| ПК-1           | Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования      |
| ПК-1.1         | Осуществляет подготовку сбора социологических данных   |
| ПК-1.2         | Осуществляет сбор данных из первичных и вторичных источников                                       |
| ПК-1.3         | Контролирует качество полноты и достоверности собранных данных для последующей первичной обработки |

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 acad. часов, в том числе:

- контактная работа – 18,4 acad. часов;
  - аудиторная – 4 acad. часов;
  - внеаудиторная – 14,4 acad. часов;
  - самостоятельная работа – 121,7 acad. часов;
  - в форме практической подготовки – 0 acad. час;
  
  - подготовка к зачёту – 3,9 acad. час
- Форма аттестации - зачет

| Раздел/ тема дисциплины  | Курс | Аудиторная контактная работа (в acad. часах) |           |             | Самостоятельная работа студента | Вид самостоятельной работы   | Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации | Код компетенции        |
|--|------|--|-----------|-------------|---------------------------------|--|---|------------------------|
|  |      | Лек.   | лаб. зан. | практ. зан. |                                 |  |   |                        |
| 1. Предмет и сущность рекламы и связей с общественностью   |      |  |           |             |                                 |  |   |                        |
| 1.1 Современная реклама и связи с общественностью: предмет, функции, цели и задачи   | 5    | 1  |           | 1           | 15                              | Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д | Опрос, практическое задание                                     | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| 1.2 История развития рекламы и связей с общественностью. Традиции и современное состояние. Основные этапы развития рекламы и PR в России |      |  |           |             | 15                              | Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д | Опрос, практическое задание                                     | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| 1.3 Законодательные основы рекламы и связей с общественностью. Общая характеристика законодательного регулирования                       |      | 1  |           | 1           | 15                              | Подготовка к практическому занятию. Работа с электронными библиотеками   | Практические задания. Устный опрос                              | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| Итого по разделу   |      | 2  |           | 2           | 45                              |  |   |                        |
| 2. Реклама и связи с общественностью в   |      |  |           |             |                                 |  |   |                        |

|  |   |   |  |   |       |   |  |                        |
|--|---|---|--|---|-------|---|--|------------------------|
| деятельности организации   |   |   |  |   |       |   |  |                        |
| 2.1 Связи с общественностью и реклама в деятельности организации. Внутрифирменный PR. Фирменный стиль и его составные элементы   | 5 |   |  |   | 15    | Подготовка к практическому занятию. Поиск дополнительной информации по теме   | Практические задания. Устный опрос             | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| 2.2 Технология создания рекламных обращений. Основы разработки рекламных объявлений и текстов в PR. Рекламные исследования: цели рекламных исследований потребителей туристских слуг |   |   |  |   | 15    | Подготовка к практическому занятию. Подготовка доклада  | Практические задания. Устный опрос. Самоотчеты | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| 2.3 Основные мероприятия в системе связей с общественностью  |   |   |  |   | 15    | Подготовка к практическому занятию. Поиск дополнительной информации по теме   | Практические задания. Устный опрос. Самоотчеты | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| Итого по разделу   |   |   |  |   | 45    |   |  |                        |
| 3. Классификация рекламных и PR-агентств, их эффективность   |   |   |  |   |       |   |  |                        |
| 3.1 Разработка рекламной и PR-компаний. Классификация рекламных кампаний в связях с общественностью  | 5 |   |  |   | 15    | изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д.                 | Опрос, практическое задание                    | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| 3.2 Рекламные агентства и PR-агентства, их функции и типология. Ведущие рекламные PR агентства мира и России   |   |   |  |   | 16,7  | Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д. | Опрос, практическое задание                    | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |
| Итого по разделу   |   |   |  |   | 31,7  |   |  |                        |
| Итого за семестр   |   | 2 |  | 2 | 121,7 |   | зачёт  |                        |
| Итого по дисциплине  |   | 2 |  | 2 | 121,7 |   | зачет  |                        |

## 5 Образовательные технологии

В ходе освоения курса предусмотрено использование различных образовательных и ин-формационных технологий и соответствующих форм обучения: традиционные образователь-ные технологии (информационная лекция, семинар – беседа); технологии проблемного обуче-ния (практическое занятие на основе кейс- метода, проблемная лекция); игровые технологии (деловая игра, ролевая игра); технологии проектного обучения (творческий проект студентов); интерактивные технологии (лекция-беседа, лекция-дискуссия, семинар-дискуссия).

## 6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

## 7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

## 8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) Основная литература:

1. Каминский, А. С. PR-связи с общественностью : учебное пособие [для вузов] / А. С. Каминский, С. А. Бурилкина ; Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2024. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/22200> (дата обращения: 26.03.2026). - ISBN 978-5-9967-3020-9. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

### б) Дополнительная литература:

1. Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523515> (дата обращения: 26.03.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Тишкевич, М. Я. Политическая коммуникация: практическое руководство : учебное пособие / М. Я. Тишкевич. — Гомель : ГГУ имени Ф. Скорины, 2024. — 40 с. — ISBN 978-985-32-0020-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/417302> (дата обращения: 26.03.2026). —

### в) Методические указания:

1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к учебной и научно-исследовательской работе. Сост. Е.В. Олейник, С.Н. Испулова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн.ун-та им. Г.И. Носова, 2025. 60 с.

### г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

#### Программное обеспечение

| Наименование ПО         | № договора                   | Срок действия лицензии |
|-------------------------|------------------------------|------------------------|
| 7Zip                    | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Mozilla Firefox | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Yandex          | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |

|             |                           |           |
|-------------|---------------------------|-----------|
| FAR Manager | свободно распространяемое | бессрочно |
|-------------|---------------------------|-----------|

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

| Название курса  | Ссылка  |
|---|---|
| Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования | <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">URL:https://elibrary.ru/project_risc.asp</a> |
| Электронная база периодических изданий East View  | <a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>                         |

**9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 333. Центр дистанционных образовательных технологий

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Стол рабочий – 4 шт.

Стол компьютерный – 1 шт.

Стол одно тумбовый – 1 шт.

Стул с откидным столиком (пюпитром) – 20 шт.

Кресло «Престиж» - 6 шт.

Компьютер персональный - 5шт,

ИБП APC Back-UPS 500VA - 5шт,

Настольный спикерфон Plantronocs Calistro 620 - 4 шт,

Документ камера Aver Media Aver Vision U15- 5шт,

Графический планшетWacomIntuosPTH-851 - 3шт,

Веб-камера Logitech HD Pro C920 Lod-960-000769- 4шт,

Система настольная акустическая Genius SW-S2/1 200RMS - 4 шт,

Видеокамера купольная Praxis PP-2010L 4-9 - 5шт,

Аудиосистема с петличным радио микрофоном Arthur Forty U-960B – 1 шт,

Система интерактивная Smart Board 480 (экран+проектор) - 1 шт,

Поворотная веб-камера с потолочным подвесом Logitech BCC950 loG-960-000867– 1шт,

Комплект для передачи сигнала- 1 шт,

Пульт управления презентацией Logitech Wireless Presenter R 400 - 1 шт,

Усилитель мощности звуковой волны BOSE -1 шт,

Компьютер персональный для диспетчера - 1 шт,

МФУ Canon- 1шт,

Стереогарнитура (микрофон+наушники) Plantronics Entera)- 4 шт,

Видеорегистратор с жестким диском - 1 шт,

Коммутатор доступа Qtech QSW-2800-28TAC - 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа:

Windows Professional 8 RUOLPNLAE, № лицензии – 63533738, дата покупки – 14.05.2014, срок действия – бессрочноMicrosoft Office Pro-fessional Plus 2013, № лицензии – 63533553, дата покупки 14.05.2014, срок действия – бес-срочно

Kaspersky

Endpoint Se-curity для бизнеса – Стандарт-ный, № лицензии 1AF2-000451-5712AA16,

дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 335. Центр дистанционных образовательных технологий

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Стол компьютерный – 10 шт.

Стол письменный – 1 шт.

Стул офисный – 20 шт.

Стул – 15 шт.

Документ-камера Epson – 8 шт.

Источник бесперебойного пита-ния POWERCOMIMD-1500AP – 9 шт.

Камера высокого разрешения – 1 шт.

Компьютер персональный (типб) – 9 шт.

Проектор View Sonic PJD7526W – 1 шт.  
Спикерфон настольный Calisto-620 Plantronics – 9 шт.  
Веб-камера Logitech C920 – 9 шт.  
Система акустическая настольная – 9 шт.  
Стереогарнитура (микрофон с шумоподавлением) – 9 шт.  
Экран настенный Digis Optimal-C MW DSOC-11032\*2 -1 шт.

**Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

**Перечень вопросов к зачету**

1. Информационно-коммуникационные PR- технологии.
2. История развития связей с общественностью.
3. Опросы и их значение.
4. Виды общественности.
5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз.
6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз.
7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность.
8. Корпоративный имидж.
9. PR и журналистика.
10. Пресс-конференция.
11. Модели Интернет – присутствия.
12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете.
13. Избирательные кампании.
14. PR-служба в коммерческой структуре.
15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии.
16. Соотношение пиарологии с философией и социологией.
17. Типы исследований общественного мнения в PR.
18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшнз в них.
19. Американское, Канадское и другие PR-организации.
20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.
21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.
22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.
23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по паблик рилейшнз.

**Тест для самоконтроля**

**1. Основным принципом связей с общественностью считается:**

- 1) принцип открытого информирования;
- 2) принцип социальной ориентации;
- 3) принцип обратной связи;
- 4) принцип коллегиальности.

**2. Систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация форм и содержания информационного источника как эмпирический метод в связях с общественностью:**

- 1) бихевиористский метод;
- 2) метод «фокус-группы»;
- 3) контент - анализ;
- 4) кросс-темпоральный метод.

**3. К внешней функции в связях с общественностью следует относить:**

- 1) внутри корпоративные связи с общественностью;
- 2) создание и продвижение корпоративных СМИ;
- 3) разработку фирменного стиля;
- 4) установление и поддержание отношений со СМИ.

**4. Десять характеристик, определяющих уровень корпоративной культуры впервые ввел в научный оборот:**

- 1) Э. Бернейз;
- 2) С. Роббинс;
- 3) Т. Джефферсон;
- 4) А. Ли.

**5. Требования по общей фундаментальной подготовленности специалиста в области связей с общественностью определяет:**

- 1) приказ руководителя учреждения;
- 2) должностная инструкция специалиста;
- 3) государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования;
- 4) директива отраслевого министерства.

**6. Целевая аудитория по степени вовлеченности в коммуникационный процесс именуется:**

- 1) ключевой или «ядерной»;
- 2) первичной или фундаментальной;
- 3) сложной или транспарентной;
- 4) простой или эвентуальной.

**Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

**а) планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:**

| Структурный элемент компетенции  | Планируемые результаты обучения   | Оценочные средства   |
|--|---|--|
| <b>ПК-1: Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования</b> |   |  |
| ПК-1.1:  | Осуществляет подготовку сбора социологических данных, согласовывает организационные и методические вопросы сбора информации с руководителем проекта | <p><b>Вопросы для подготовки к зачету</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Информационно-коммуникационные PR- технологии.</li> <li>2. История развития связей с общественностью.</li> <li>3. Опросы и их значение.</li> <li>4. Виды общественности.</li> <li>5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз.</li> <li>6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз.</li> <li>7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность.</li> <li>8. Корпоративный имидж.</li> <li>9. PR и журналистика.</li> <li>10. Пресс-конференция.</li> <li>11. Модели Интернет – присутствия.</li> <li>12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете.</li> <li>13. Избирательные кампании.</li> <li>14. PR-служба в коммерческой структуре.</li> <li>15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии.</li> <li>16. Соотношение пиарологии с философией и социологией.</li> <li>17. Типы исследований общественного мнения в PR.</li> <li>18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшнз в</li> </ol> |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства  |
|---------------------------------|--|---|
|                                 |  | <p>них.</p> <p>19. Американское, Канадское и другие PR-организации.</p> <p>20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.</p> <p>21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.</p> <p>22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.</p> <p>23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по паблик рилейшнз.</p>  |
| ПК-1.2:                         | <p>Осуществляет сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента</p> | <p><i>Практические задания:</i></p> <p>1. Найти различие между PR-деятельностью и рекламой, пропагандой, маркетингом; определить результат PR-деятельности.</p> <p>2. Составить текст PR- жанра</p> <p>3. Написать эссе о корпоративной культуре</p> <p>4. Раскрыть тему «Профессиональная этика российского специалиста по связям с общественностью.</p> <p>5. Сообщение: «Типология кодексов профессионального поведения в связях с общественностью».</p> <p>6.Классифицировать рекламу по разным параметрам: по типу целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям и др.</p> <p>7. Охарактеризовать виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, политическая реклама.</p> <p>8. Дать характеристику рекламы по каналам распространения (газетная, журнальная, телевизионная, радиореклама и др.). Выявление преимуществ и недостатков рекламоносителей.</p> <p>9. Практическое задание: классифицировать рекламу любой торговой марки по разным основаниям.</p> |
| ОПК-1.3:                        | Контролирует качество полноты и  | Практические задания:   |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения   | Оценочные средства  |
|---------------------------------|---|---|
|                                 | достоверности собранных данных и проверяет соответствие итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам | 1. Подготовить доклад: «Проблема коммуникаций и современные информационные технологии в связях с общественностью».<br>2. Подготовить «пресс-релиз» с учетом требований информационной безопасности в сфере социальной работы.<br>3. Найти и проанализировать должностную инструкцию специалиста по связям с общественностью в сфере социальной работы |

**б) порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания**

При подготовке к зачету особое внимание следует обратить на следующие моменты:

1. Ознакомиться с вопросником к зачету, выявить вопросы, по которым недостаточно материала.
2. Внимательно изучить конспекты лекций и содержание записей, сделанных на практических занятиях.
3. Ознакомиться со списком рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы по каждой теме.
4. Изучить материал по учебникам и учебным пособиям.
5. Помнить, что на зачете необходимо не только воспроизвести изученный материал, но и связать теоретический материал с практикой.

**Контрольная работа для студентов заочного отделения по дисциплине: «PR-связи с общественностью»**

(Контрольная работа состоит из 2 вопросов теоретического и практического)

**Теоретические вопросы:**

1. Информационно-коммуникационные PR- технологии.
2. История развития связей с общественностью.
3. Опросы и их значение.
4. Виды общественности.
5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз.
6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз.
7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность.
8. Корпоративный имидж.
9. PR и журналистика.

10. Пресс-конференция.
11. Модели Интернет – присутствия.
12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете.
13. Избирательные кампании.
14. PR-служба в коммерческой структуре.
15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии.
16. Соотношение пиарологии с философией и социологией.
17. Типы исследований общественного мнения в PR.
18. Типы организационных структур управления и особенности публичных релейшинз в них.
19. Американское, Канадское и другие PR-организации.
20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.
21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.
22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.
23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по публичным релейшинз.

Тему выбираем, согласно списку группы. Например: 1. Аросимов – тема 1; 2. Бузунов – тема 2; 3. Васильев – тема 3 и т.д.

#### **Практический вопрос:**

Необходимо проанализировать и представить практику **PR-связи с общественностью** в виде проекта по следующей схеме:

- актуальность заявленной проблемы;
- цель и задачи проекта;
- этапы реализации проекта;
- критерии эффективности проекта;
- план мероприятий проекта;
- формы и методы сопровождения проекта.

**Примерный перечень тем: PR-связи с общественностью в организации, PR-связи с общественностью в образовании, PR-связи с общественностью в социальной сфере и т.д.**

#### **Требования к выполнению контрольной работы**

Контрольная работа выполняется в форме реферата.

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Он представляет собой научно-исследовательскую работу теоретического характера, первый шаг на пути к дипломному проектированию.

Реферат содержит название, оглавление, введение, основную часть, выводы, заключение и список использованной литературы. Название реферата располагается на титульном листе. В названии должна быть отражена суть рассматриваемой проблемы. В нем содержатся ключевые слова (наименования психологических понятий и явлений), связанные с изучаемой проблемой, и указания на тематические рамки, которыми вы собираетесь ограничиться в работе.

Во введении рассматривается актуальность темы с точки зрения современной науки, нынешнего состояния общества и культуры, указывается место обозначенной проблемы среди других, как частных, так и более общих, а также избранное вами направление ее рассмотрения. Введение оканчивается формулированием цели и задач вашего исследования. Цель реферата может заключаться в том, чтобы обобщить или сравнить различные подходы к рассмотрению проблемы, выявить наименее или наиболее изученные ее стороны, показать основной смысл исследовательского направления, наметить пути его дальнейшего развития. Задачи (их может быть несколько) отражают более детальное рассмотрение цели. В качестве задач могут выступать: анализ литературы по избранной теме, сравнение различных подходов к решению проблемы, исторический обзор, описание основных понятий исследования и т.д.

Основная часть посвящена самому исследованию. В ней, в соответствии с поставленными задачами, раскрывается тема реферата. Здесь нужно проследить пути решения поставленной проблемы. Это делается с помощью цитирования и пересказа текста используемых вами литературных источников.

При подготовке реферата студент должен научиться выделять главное в текстах первоисточников, с которыми работает аспирант. Для написания основной части требуется особенно тщательно выделять из прочитанных научных текстов главные положения, относящиеся к проблеме, а затем кратко, логично и литературно грамотно их излагать. С этой целью полезно идти от общего к частному: название и ключевые понятия теории, ее автор, когда была предложена и почему, к каким результатам привела, кем и как критиковалась, кто дополнял и развивал ее, каково современное состояние проблемы. Основная часть может представлять собой цельный текст, а может состоять из нескольких параграфов, начинающихся пронумерованным подзаголовками. Для иллюстрации основного содержания можно использовать рисунки, схемы, графики, таблицы.

Выводы завершают основную часть. В них кратко излагаются основные результаты работы по пунктам, соответствующим задачам исследования и отражается ваше мнение о результатах сравнения или обобщения позиций авторов. В выводах должно быть показано, что цель вашего исследования достигнута.

Заключение представляет собой общий итог работы с кратким перечислением выполненных этапов исследования. Здесь же указаны пути дальнейшего исследования проблемы, возможности практического применения полученных результатов и т.п.

Оформление: Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman; стиль Обычный. Объем работы 20 страниц. Список литературы состоит из 10-15 источников, литература за последние 5-10 лет.

### **Критерии оценки контрольной работы**

При оценке содержания реферата используются следующие критерии:

- умение сформулировать цель работы;
- умение подобрать научную литературу по теме;
- полнота и логичность раскрытия темы;
- самостоятельность мышления;
- стилистическая грамотность изложения;
- корректность выводов;
- правильность оформления работы.

### **Критерии оценки:**

(в соответствии с формируемыми компетенциями и планируемыми результатами обучения):

– на оценку «**зачтено**» – студент:

способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования;

осуществляет подготовку сбора социологических данных, согласовывает организационные и методические вопросы сбора информации с руководителем проекта;

осуществляет сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента;

контролирует качество полноты и достоверности собранных данных и проверяет соответствие итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам

– на оценку «**не зачтено**» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.