

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по
учебной работе

Н.Н. Сухих

20 августа 2017 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Связи с общественностью и Интернет

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль):

Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)

Квалификация (степень) выпускника:

бакалавр

Форма обучения:

очная

Санкт-Петербург

2017

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины «Связи с общественностью и Интернет» являются: формирование у студентов теоретических **знаний** о современных тенденциях в области интернет-технологий, их видах и формах, а также приобретение **умений** и практических **навыков** анализа проведения коммуникационных кампаний и мероприятий с применением интернет-технологий.

Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать **знания** об основных принципах работы в интернет-среде;
- приобрести **умения** по работе с информацией в глобальных информационных сетях;
- выработать **навыки** самостоятельного анализа информации, решения задач по анализу и созданию имиджа компании с использованием интернет-технологий.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью и Интернет» представляет собой дисциплину, относящуюся к вариативной части Блока 1 Дисциплины по выбору.

Дисциплина «Связи с общественностью и Интернет» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций», «Введение в рекламу и связи с общественностью», «Компьютерные технологии и информатика».

Дисциплина «Связи с общественностью и Интернет» является обеспечивающей для дисциплин: «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта»,

«Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина изучается в 3 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Связи с общественностью и Интернет» направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику работы в коллективе с использованием интернет-технологий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при работе в интернет-среде; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работать в интернет-среде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в сфере рекламы и связей с общественностью.
способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности организации и проведения социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью в интернет-среде; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать организацию и проведение социологических исследований для коммуникационной и рекламной кампании в интернете; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации и проведения социологических исследований с использованием интернет-ресурсов.

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Наименование	Всего часов	Семестры
		3
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	108	108
Контактная работа:	42	42
лекции	14	14
практические занятия	28	28
лабораторные работы		

Наименование	Всего часов	Семестры
		3
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	30	30
Промежуточная аттестация	Экзамен 36	Экзамен 36

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ПК-10			
Тема 1. Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире.	10	+			Л, ПЗ, СРС, ВК	У
Тема 2. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью при работе в интернет-среде	10	+			Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 3. Базовые информационные технологии	10		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 4. Социальные медиа-ресурсы в интернете	10		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 5. Каналы электронной коммуникации	10		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 6. Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в интернете	10	+			Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 7. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации	12		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д

Темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ПК-10			
Экзамен	36					
Итого по дисциплине	108					

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире	2	4	-	-	4	-	10
Тема 2. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью при работе в интернет-среде	2	4	-	-	4	-	10
Тема 3. Базовые информационные технологии	2	4	-	-	4	-	10
Тема 4. Социальные медиа-ресурсы в интернете	2	4	-	-	4	-	10
Тема 5. Каналы электронной коммуникации	2	4	-	-	4	-	10
Тема 6. Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в интернете	2	4	-	-	4	-	10
Тема 7. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации	2	4	-	-	6	-	12
Итого за семестр	14	28	-	-	30	-	72
Контроль (экзамен)							36
Итого по дисциплине	14	28			30		108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

ТЕМА 1. Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире

Роль информации в развитии современного постиндустриального информационного общества. Тенденции виртуализации общества. Переход на

экономику «потребления информации» и «привлечения внимания». Виртуальная экономика.

Копирование информации. Информация и общественное мнение. Специфика работы в коллективе с использованием интернет-технологий. Особенности восприятия информации современными потребителями. Методики анализа объективности информации.

ТЕМА 2. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью при работе в интернет-среде

Анализ основных характеристик и аудитории Рунета. Основные сферы деятельности PR-специалиста в Интернете: создание имиджа, управление общественным мнением. Навыки работы в интернет-среде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в сфере рекламы и связей с общественностью. Интернет-брендинг. Интернет-маркетинг. Интернет-консалтинг. Разработка и ведение интернет-проектов. Разработка концепций виртуальных музеев, интернет магазинов, интернет-аукционов и др. электронных площадок.

ТЕМА 3. Базовые информационные технологии

Понятие и виды базовых информационных технологий. Технологии защиты информации. Понятие поисковой системы. Принципы поиска поисковых систем. Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков. Этапы создания и поддержания сайта. Структура сайта: обязательные разделы, дополнительные разделы. Назначение сайта. Цели сайта. Классификация сайтов. Методы оптимизации сайта.

Типовые ошибки, совершаемые при продвижении интернет-сайтов. Особенности создания фирменного стиля сайта PR-специалистом. Особенности организации и проведения социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью в интернет-среде.

ТЕМА 4. Социальные медиа-ресурсы в интернете

Сущность и функция социальных медиаресурсов. Виды и формы социальных сетей. Принципы и механизм работы социальной сети. Исследование социальных сетей. Анализ организации и проведения социологических исследований для коммуникационной и рекламной кампании в социальных сетях.

Анализ аудитории разных социальных сетей. Правовые аспекты по социальным сетям. Социальные сети как база данных потребителей.

ТЕМА 5. Каналы электронной коммуникации

Устная, документная и электронная коммуникация. Понятие электронной коммуникации. Функции электронной коммуникации. Этапы становления электронной коммуникации. М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции. Понятие «глобальной деревни». Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.

ТЕМА 6. Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в интернете

Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в Интернете коммуникации. Основные характеристики баннера. Особенности изменения восприятия и оценки баннера. Толерантное восприятие социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий при создании баннера. Классификация и особенности работы баннерообменных сетей. Понятие баннерной партнерской программы.

ТЕМА 7. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации

Виртуальный офис как атрибут имиджа организации. Структура разделов виртуального офиса. Анализ функций и возможностей виртуального офиса. Использование социологических исследований в условиях работы виртуального офиса. Взаимосвязь интернет - технологий и целей создания виртуального офиса.

Виртуальные музеи как маркетинговая и PR-стратегия. Характеристика виртуальных музеев как объекта культурологических исследований.

Технология мобильного офиса для специалиста по связям с общественностью. Офисное программное обеспечение для мобильных устройств.

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Роль информации в развитии современного постиндустриального информационного общества.	2
1	Практическое занятие № 2. Тенденции виртуализации общества.	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоёмкость (часы)
2	Практическое занятие № 3. Анализ основных характеристик и аудитории Рунета.	2
2	Практическое занятие № 4. Основные сферы деятельности PR-специалиста в Интернете.	2
3	Практическое занятие № 5. Понятие и виды базовых информационных технологий.	2
3	Практическое занятие № 6. Этапы создания и поддержания сайта.	2
4	Практическое занятие № 7. Виды и формы социальных сетей.	2
4	Практическое занятие № 8. Принципы и механизм работы социальной сети.	2
5	Практическое занятие № 9. Устная, документная и электронная коммуникация.	2
5	Практическое занятие № 10. М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.	2
6	Практическое занятие № 11. Основные характеристики баннера. Особенности изменения восприятия и оценки баннера.	2
6	Практическое занятие № 12. Классификация и особенности работы баннерообменных сетей.	2
7	Практическое занятие № 13. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации.	2
7	Практическое занятие № 14. Структура разделов виртуального офиса.	2
	Итого по дисциплине	28

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоёмкость (часы)
-----------------------	-----------------------------	---------------------

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинаре с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	4
2	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	4
3	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 3,4, 5,6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	4
4	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	4
5	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	4
6	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и	4

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	пр.	
7	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам семинарского занятия. 3. Подготовка к выступлениям на семинарах с докладами и сообщениями, фиксированными выступлениями и пр.	6
	Итого по дисциплине	30

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0
- 2 Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06976-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5DD4C277-5F27-4AEE-9EA5-E25DE8F743E3.
- 3 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6FCD51FD-AEC4-442D-8049-8938B8168126.

б) дополнительная литература:

- 4 Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного

- продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
- 5 Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 367 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/392D9025-B690-4BDC-A2DC-C7C48D764C1E.
- 6 Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/171432AE-9C56-4C0E-8587-ECAF9C24C50D.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 8 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 9 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

- 10 **Административно-управленческий портал** [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 11 **Aviation Explorer** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 12 **Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 13 **Федеральная служба государственной статистики** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
- 14 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 15 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 16 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 17 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 18 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Связи с общественностью и Интернет	<p>Аудитория 801 «Компьютерный класс № 2»</p>	<p>Компьютерные столы - 16 шт., круглый стол – 2 шт., стулья - 28 шт., 28 персональных компьютеров, с доступом в сеть Интернет, учебная доска, экран для проектора.</p>	<p>VisualStudioCommunity (Бесплатное лицензионное соглашение) Kaspersky Anti-Virus Suite (лицензия № 1D0A170720092603110550) Photoshop CS3 (госконтракт № SBR1010080401-00001346-01) VirtualBox(GPL v2) Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 (лицензия № 43471843)</p>
	<p>Потоочная аудитория 306</p>	<p>Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 7 Professional лицензия № 46231032 от 4 декабря 2009 года Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 лицензия № 43471843 от 07 февраля 2008 года Acrobat Professional 9 Win-</p>

			dows International лицензия № 4400170412 от 13 января 2010 года Kaspersky An- ti-Virus Suite для WKS и FS лицензия № 1D0A17072009 2603110550 от 20 июля 2017 г
--	--	--	---

8 Образовательные и информационные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Связи с общественностью и Интернет» используются классические формы и методы обучения: лекции, практические занятия (семинары), самостоятельная работа студента.

В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии:

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия особенностей основных Интернет-технологий, применяемых в рекламе и связях с общественностью. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Практические занятия (семинары) по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы. Практическое занятие предназначено для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины. Доклады на практических занятиях выполняются в целях практи-

ческого закрепления теоретического материала, излагаемого на лекции, отработки навыков использования пройденного материала.

Рассматриваемые в рамках практического занятия примеры и проблемы имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках подготовки бакалавра по профилю «Реклама и связи с общественностью».

Главной целью практического занятия является индивидуальная, практическая работа каждого обучающегося, направленная на формирование у него компетенций, определенных в рамках дисциплины «Связи с общественностью и Интернет».

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий. Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель.

Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой студентов (обучающихся) и оказания им помощи в освоении учебного материала. Консультации проводятся регулярно не менее двух раз в неделю в часы, свободные от учебных занятий, и носят в основном индивидуальный характер. На консультациях повторно рассматриваются вопросы, на которых базируется изучаемая дисциплина, и которые по результатам контроля не достаточно усвоены обучающимися.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Уровень и качество знаний обучающихся оцениваются по результатам входного контроля, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в виде экзамена.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Текущий контроль успеваемости обучающихся включает устные опросы и задания, выдаваемые на самостоятельную работу по темам дисциплины. Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с

целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена в 3 семестре. Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на экзамен. К моменту сдачи экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля. Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

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

3 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Лекция 1	2	3	1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Практическое занятие 2	2	3	2	
Лекция 2	2	3	3	
Практическое занятие 3	2	3	3	
Практическое занятие 4	2	3	4	
Лекция 3	2	3	5	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Практическое занятие 5	2	3	5	
Практическое занятие 6	2	3	6	
Лекция 4	2	3	7	
Практическое занятие 7	3	4	7	
Практическое занятие 8	2	4	8	
Лекция 5	2	3	9	
Практическое занятие 9	2	4	9	
Практическое занятие 10	2	4	10	
Лекция 6	2	3	11	
Практическое занятие 11	3	3	11	
Практическое занятие 12	2	4	12	
Лекция 7	2	3	13	
Практическое занятие 13	3	4	13	
Практическое занятие 14	2	4	14	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС			Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
	ской» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
75÷89	4 – «хорошо»			
60÷74	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	2 – «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Связи с общественностью и Интернет» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем семинарских занятий;
- устные опросы в начале каждой лекции.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка ответов на устные опросы.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Связи с общественностью и Интернет» предусмотрен экзамен. Для допуска к нему необходимо предоставить все письменные работы, выполняемые в течение семестра.

Экзамен проводится в форме устного ответа на 2 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Направления деятельности PR-специалистов.
- 3 PR-технологии: сущность и особенности.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Виды Интернет-рекламы.

Введение в рекламу и связи с общественностью

- 1 Раскройте понятие рекламы и определите ее как культурно-исторический феномен.
- 2 Раскройте позитивные и негативные аспекты отношения к рекламе и определите, чем они обоснованы.
- 3 Охарактеризуйте основные функции рекламы.
- 4 Назовите главные предпосылки возникновения и развития проторекламы.

Компьютерные технологии и информатика

- 1 Классификация рекламных средств. Реклама как элемент комплекса продвижения товара.
- 2 Виды рекламной деятельности.
- 3 Фирменный стиль. Основные определения.
- 4 Рекламная листовка. Область применения, этапы разработки, основные форматы, требования к оригинал-макетам.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>Знать: – специфику осуществления деятельности в области маркетинга и менеджмента с использованием интернет-технологий;</p> <p>Уметь: – эффективно применять рекламные и PR-технологии в интернет-среде;</p> <p>Владеть: – навыками выполнения аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Базовый уровень: Имеет представление об основных видах интернет-технологий Имеет представление о применении интернет-технологий в работе PR-специалиста</p> <p>Имеет представление об особенностях выполнения аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов</p>	<p>Умеет оперировать профессиональными понятиями и категориями Осознание важности применения интернет-технологий в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью</p>
		<p>Профессиональный уровень: Имеет устойчивые знания по изучаемой дисциплине Способен анализировать особенности и виды интернет-технологий, применяемых в работе PR-специалиста Обладает навыками применения методологического</p>	<p>Высокий уровень владения профессиональной терминологией, понятийно-категориальным аппаратом Логически последовательное, взаимосвязанное и правильное структурированное изложение обучающимся учебного материала Умение устанавливать и прослеживать</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
		инструментария PR-специалиста при работе в интернет-среде; обладает навыками планирования и организации работы при подготовке интернет-проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь
ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: – особенности использования современных интернет-технологий в области рекламы и связей с общественностью в рамках проведения коммуникационной и рекламной кампании; Уметь: – планировать и организовывать коммуникационную и рекламную кампанию в интернете с использованием различных видов интернет-рекламы;	Базовый уровень: Имеет представление об особенностях использования интернет-технологий в рамках проведения коммуникационной и рекламной кампании Имеет представление о видах интернет-рекламы Имеет представление о создании отдельных элементов корпоративного имиджа с использованием интернет-ресурсов. <hr/> Профессиональный уровень: Способен грамотно анализировать особенности ис-	Умеет анализировать каналы интернет-продвижения Умеет осуществлять выбор каналов интернет-продвижения Умеет выделять отдельные элементы корпоративного имиджа, созданные при помощи интернет-ресурсов <hr/> Высокий уровень владения методологией комплексного анализа применения различных каналов интернет-

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	Владеть: – навыками создания отдельных элементов корпоративного имиджа с использованием интернет-ресурсов.	пользования различных каналов интернет-коммуникации Способен критически оценивать особенности применения различных видов интернет-продвижения в рамках рекламной или коммуникационной кампании	продвижения Умение охарактеризовать описываемые явления в динамике, с указанием на взаимосвязи, взаимозависимость и взаимовлияние

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за экзамен – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.
2. При наборе менее 15 баллов – экзамен не сдан по причине недостаточного уровня знаний.
3. Экзаменационная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета
4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:
 5. 1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;
 6. 2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;
 7. 3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

8. 4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

9. 5 баллов: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

10. 6 баллов: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

11. 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

12. 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

13. 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

14. 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

15. Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет с оценкой сдан») – 15 баллов.

16. При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

17. Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета

18. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

19. *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

20. *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

21. *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

22. *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

23. *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

24. *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

25. 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

26. 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

27. 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

28. 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

Шкала оценивания курсовой работы:

«Отлично» – в курсовой работе студент обосновывает актуальность и новизну рассматриваемой проблемы, логично и последовательно излагает материал, а также демонстрирует умение поиска, оценки и использования необходимой информации. Студент показывает умения использования и навыки оценки моделей бизнес-планирования, глубоко и всесторонне анализирует динамику показателей отрасли и предприятия, явлений и тенденций внешней и внутренней среды. Расчеты в курсовой работе обоснованы и выполнены правильно на 90-100 %. Выводы грамотно сформулированы и обоснованы. Использованные источники подобраны грамотно. Их количество соответствует требованиям к курсовой работе. Студент использует зарубежные источники. Курсовая работа оформлена аккуратно согласно требованиям к оформлению без орфографических и грамматических ошибок, выполнена и сдана на проверку своевременно. Студент при защите курсовой работы доступно и ясно представляет ее резуль-

таты, всесторонне оценивает и интерпретирует полученные результаты, доказывает их значимость и валидность, а также демонстрирует самостоятельное и творческое мышление. Грамотно и аргументировано полемизирует

«Хорошо» – в курсовой работе студент допускает маленькое число недочетов и смысловых ошибок в обосновании актуальности, новизны и в определении целей и задач, логика и последовательность изложения материала незначительно нарушены. Студент демонстрирует умения поиска, оценки и использования необходимой информации, а также умения применения и навыки оценки моделей бизнес-планирования с незначительными недочетами. Пытается анализировать динамику показателей отрасли и предприятия, а также явлений и тенденций внешней и внутренней среды. Расчеты в курсовой работе обоснованы и выполнены правильно на 80-90 %. Выводы сформулированы с небольшими неточностями. Использованные источники подобраны грамотно. Их количество соответствует требованиям к курсовой работе. Курсовая работа оформлена аккуратно согласно требованиям к оформлению с небольшим количеством орфографических и грамматических ошибок, выполнена и сдана на проверку своевременно. Студент доступно и ясно представляет результаты курсовой работы. Ответы на вопросы полные. Студент оценивает и интерпретирует полученные результаты с незначительными неточностями, доказывает их значимость и валидность. Демонстрирует самостоятельное мышление. Владеет навыками полемики.

«Удовлетворительно» – в курсовой работе студент допускает значительные недочеты и смысловые ошибки в обосновании актуальности, новизны и в определении целей и задач курсовой работы. Студент излагает материал, нарушая последовательность и логику изложения, и использует недостаточный объем необходимой информации. Студент показывает слабые умения и навыки применения моделей бизнес-планирования, пытается анализировать динамику показателей отрасли и предприятия, явлений и тенденций внутренней и внешней среды, допуская ошибки и недочеты. Расчеты в курсовой работе обоснова-

ны и выполнены правильно на 70-80 %. Выводы сформулированы со значительными неточностями или не все выводы сформулированы. Использованные источники подобраны небрежно, их количество меньше, чем соответствует требованиям к курсовой работе. Курсовая работа оформлена неаккуратно с большим количеством орфографических и грамматических ошибок. Курсовая работа выполнена и сдана на проверку позже указанного срока. Во время защиты курсовой работы студент с трудом докладывает ее результаты. Ответы на вопросы неполные. Студент не может оценить полученные результаты и интерпретирует их со значительными неточностями. Студент затрудняется в ведении полемики.

«Неудовлетворительно» – в курсовой работе отсутствует актуальность и новизна работы, цели и задачи курсовой работы определены неверно. Изложение материала в курсовой работе непоследовательно и нелогично. Студент использует информацию, не соответствующую теме курсовой работы. Студент не демонстрирует умения и навыки применения моделей бизнес-планирования. В курсовой работе отсутствует анализ динамики показателей, явлений и тенденций, расчеты не обоснованы и выполнены правильно менее, чем на 70 %. Выводы не сформулированы. Использованные источники не соответствуют теме и содержанию курсовой работы. Оформление курсовой работы не соответствует требованиям. Большое количество орфографических и грамматических ошибок. Студент не может представить результаты курсовой работы. Не отвечает на вопросы или отвечает неверно.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1. Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире

Вопросы

1 Роль информации в развитии современного постиндустриального информационного общества.

2 Тенденции виртуализации общества.

3 Информация и общественное мнение в интернете.

Доклады

1 Основные этапы развития Интернета в мире.

2 Основные этапы развития Интернета в России.

3 Принципы виртуализации общества.

Тема 2. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью при работе в интернет-среде

Вопросы

1 Основные сферы деятельности PR-специалиста в Интернете.

3 Анализ основных характеристик и аудитории Рунета.

Доклады

1 Основные статистические данные о рынке PR-услуг в Интернете.

2 Создание имиджа и управление общественным мнением в интернете.

3 Интернет-маркетинг.

Тема 3. Базовые информационные технологии

Вопросы

1 Виды базовых информационных технологий.

2 Понятие поисковой системы.

3 Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы.

Доклады

1 Этапы создания и поддержания сайта.

2 Классификация сайтов.

3 Методы оптимизации сайта.

Тема 4. Социальные медиа-ресурсы в интернете

Вопросы

- 1 Сущность и функция социальных медиаресурсов.
- 2 Виды и формы социальных сетей.
- 3 Бренды в социальных сетях.

Доклады

- 1 Сущность и основные характеристики социальных сетей.
- 2 Принципы и механизм работы социальной сети.
- 3 Анализ аудитории разных социальных сетей.

Тема 5. Каналы электронной коммуникации

Понятие электронной коммуникации.

Вопросы

- 1 Устная, документная и электронная коммуникация.
- 2 Функции электронной коммуникации.
- 3 Понятие «глобальной деревни».

Доклады

- 1 М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.
- 2 Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.
- 3 Этапы становления электронной коммуникации.

Тема 6. Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в интернете

Вопросы

- 1 Основные характеристики баннера.
- 2 Классификация баннерообменных сетей.
- 3 Понятие баннерной партнерской программы.

Доклады

- 1 Баннер как мультимедийный элемент коммуникации в Интернете коммуникации.
- 2 Особенности изменения восприятия и оценки баннера.
- 3 Особенности работы баннерообменных сетей.

Тема 7. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации

Вопросы

- 1 Структура разделов виртуального офиса.
- 2 Взаимосвязь интернет - технологий и целей создания виртуального офиса.
- 3 Технология мобильного офиса для специалиста по связям с общественностью.

Доклады

- 1 Виртуальный офис как атрибут имиджа организации.
- 2 Анализ функций и возможностей виртуального офиса.
- 3 Характеристика виртуальных музеев как объекта культурологических исследований.

Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Анализ основных характеристик аудитории Рунета.
- 2 Основные сферы деятельности PR-специалиста в Интернете.
- 3 Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире.
- 4 Устная, документная и электронная коммуникация.
- 5 Функции электронной коммуникации.
- 6 М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.
- 7 Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.
- 8 Этапы создания и поддержания сайта.
- 9 Структура сайта. Классификация сайтов.
- 10 Понятие поисковой системы.
- 11 Содержание и назначение рейтингов и счетчиков.
- 12 Общее представление о баннере как Интернет-технологии.
- 13 Использование сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах.

- 14 Социальные медиа-ресурсы.
- 15 Работа в телекоммуникационных информационных сетях.
- 16 Определение баннерообменных сетей.
- 17 Структура разделов виртуального офиса.
- 18 Особенности функционирования и развития общественного мнения в интернете.
- 19 Анализ перспектив применения интернет - технологий при воздействии на общественное мнение.
- 20 Применение компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью.
- 21 Методы обеспечения безопасности в сети Интернет.
- 22 Электронная коммерция.
- 23 Коммуникативные характеристики Интернета.
- 24 Формирование ценовой политики в интернет-среде.
- 25 Управление взаимоотношениями с клиентами (потребителями) в Интернете.
- 26 Принципы построения сети Интернет.
- 27 Коммуникативная политика в Интернете.
- 28 Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете.
- 29 Виртуальные музеи.
- 30 Интернет-аукционы.
- 31 Интернет-магазины.
- 32 Структура виртуального офиса.

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе обучения в рамках данной программы студенты должны осознать общее и частное в понятиях «интернет» и «интернет-технология», осмыслить взаимозависимость этих понятий, научиться понимать многообразие видов интернет-технологий и объективно оценивать действия специалиста по рекламе и связям с общественностью в современных условиях.

Особенность программы – установка на активизацию мыслительной деятельности обучающихся, выработку умений самостоятельной работы с учебным материалом, навыков конспектирования и работы со справочниками, энциклопедиями и словарями (в т.ч. и электронными).

Основной формой обучения в высшей школе является лекция. При чтении лекций преподаватель знакомит студентов с целями, задачами и структурой изучаемой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами; дает краткое изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины; раскрывает особенно сложные, актуальные вопросы, существенные положения, освещает дискуссионные

проблемы; определяет перспективные направления научного знания в данной области.

Темы практических занятий (семинаров) и практических заданий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины, вопросы для обсуждения, рассмотреть и проанализировать примеры, проблемы и т. п. В начале каждого практического занятия (или задания) преподаватель кратко доводит до обучающихся его цель и задачи и обращает внимание студентов на наиболее сложные вопросы, относящиеся к изучаемой теме.

После проведения любого вида занятия обучающимся выдаются задания на самостоятельную работу. Выдаваемые задания являются частью учебного материала, который студенты должны освоить за время изучения дисциплины.

Самостоятельная работа студентов является важной составной частью процесса освоения любой дисциплины. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний;
- углубление и расширение теоретических навыков;
- формирование способности использовать полученные знания для выработки собственной мировоззренческой позиции;
- развитие познавательных способностей и активности обучающихся, их творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование умения работать со справочной и специальной литературой, базами данных, интернетом;
- развитие самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.


Одна из основных особенностей обучения в Высшей школе заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

В итоге любой самостоятельной работы должны формироваться навыки, способствующие культурному и социальному взаимодействию на основе принципов толерантности как способа ценностного отношения при изучении дисциплины.


Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «18» января 2016 года, протокол № 6.

Разработчик:

ст. преподаватель каф. № 1,  Мисонжникова М.Б.,
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к.ф.н., доцент  Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП:

к.ф.н., доцент  Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» января 2016 года, протокол № 3.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол №10 (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).