

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет  
народного хозяйства»**

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол № 11  
от 30 мая 2019 г.*

**Кафедра «Менеджмент»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ»**

**Направление подготовки – 38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Маркетинг»**

**Уровень высшего образования - бакалавриат**

**Форма обучения – очная, заочная**

**Махачкала-2019 г.**

**УДК 005.7**

**ББК 65.05**

**Составитель** – Магомедов Абдулкадыр Курбанович, старший преподаватель кафедры «Менеджмент» ДГУНХ.

**Внутренний рецензент** – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ДГУНХ.

**Внешний рецензент** – Сулейманова Наида Абдурахмановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и региональная экономика», Дагестанский государственный университет.

**Представитель работодателя** – Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества маркетологов СКФО.

*Рабочая программа дисциплины «Паблик рилейшнз» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 12.11.2015 г., №1334, и в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., № 301 Министерства образования и науки РФ «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»*

Рабочая программа дисциплины «Паблик рилейшнз» размещена на официальном сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Магомедов А.К. Рабочая программа по дисциплине «Паблик рилейшнз» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг». – Махачкала: ДГУНХ, 2019 г. - 17 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2019 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг» Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Менеджмент» 20 мая 2019 г., протокол №10.

## Содержание

<b>Раздел 1.</b> Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
<b>Раздел 2.</b> Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
<b>Раздел 3.</b> Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации.....	6
<b>Раздел 4.</b> Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
<b>Раздел 5.</b> Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	9
<b>Раздел 6.</b> Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	10
<b>Раздел 7.</b> Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных.....	11
<b>Раздел 8.</b> Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	12
<b>Раздел 9.</b> Образовательные технологии.....	13
<b>Лист актуализации рабочей программы дисциплины.....</b>	<b>17</b>

## Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### Цели освоения дисциплины:

- формирование у обучающихся систематических знаний о роли и месте публичных отношений в современном обществе, знаний о методах, техниках и технологиях, применяемых в публичных отношениях, основных направлениях и сферах PR-деятельности.

### Задачи дисциплины:

- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности публичных отношений;

- сформировать у обучающихся знания об особенностях работы специалистов публичных отношений в различных сферах социальной действительности;

- сформировать у обучающихся представления о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста публичных отношений;

- сформировать у обучающихся навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста публичных отношений;

- ознакомить обучающихся с важнейшими тенденциями развития публичных отношений.

### 1.1 Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Публичные отношения» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ОК</b>	<b>ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ОПК</b>	<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК-6</b>	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

### 1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
<b>ПК-6:</b> способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их	З1- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности,	У1 - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, орга-	В1 – навыками ведения деловых переговоров; нормами деловой переписки и делопроизводства; В2 - навыками деловых коммуни-

выполнение	ее составляющие элементы; 32 – классификацию договоров в коммерческой деятельности; 33 – принципы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности	низывать переговорный процесс, в том числе, с использованием современных средств коммуникации	каций в профессиональной сфере; В3 - навыками делового общения в стандартных профессиональных ситуациях

### 1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций			
	Тема 1. Связи с общественностью: история возникновения и развития	Тема 2. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью	Тема 3. Правовые и этические основы связей с общественностью	Тема 4. Общественность и общественное мнение
ПК-6	+	+	+	+

код компетенции	Этапы формирования компетенций			
	Тема 5. Планирование и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью	Тема 6. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Организационные формы связей с общественностью	Тема 7. Связи с общественностью в сфере бизнеса	Тема 8. Связи с общественностью в политике. Развитие отношений с общественностью в органах власти
ПК-6	+	+	+	+

## **Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.2.2 «Паблик рилейшнз» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана направления подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг».

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин «Менеджмент», «Этика делового общения», «Маркетинг в торговой деятельности», «Коммерческая деятельность».

## **Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму промежуточной аттестации**

### **Очная форма обучения**

Объем дисциплины в зачётных единицах составляет 4 зачётные единицы

Количество академических часов, выделенных на контактную форму обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 34 часа, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 17 часов;
- на занятия семинарского типа – 17 часов;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 110 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

### **Заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную форму обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 12 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 4 часа;
- на занятия семинарского типа – 8 часов;

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 130 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1. Для очной формы обучения**

№ п/п	Темы дисциплины	Всего академических часов	В том числе занятия лекционного типа	В том числе занятия семинарского типа				Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости. Форма промежуточной аттестации
				Семинары	Практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторные практ-мы	Коллоквиумы		
1	Тема 1. Связи с общественностью: история возникновения и развития	18	2	2				14	Проведение опроса
2	Тема 2. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью	18	2	2				14	Проведение опроса решение кейсов
3	Тема 3. Правовые и этические основы связей с общественностью	18	2	2				14	Тестирование
4	Тема 4. Общественность и общественное мнение	16	2	2				12	Тестирование решение кейсов
5	Тема 5. Планирование и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью	18	2	2				14	Проведение опроса
6	Тема 6. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Организационные формы связей с общественностью	18	2	2				14	Проведение опроса решение кейсов
7	Тема 7. Связи с	18	2	2				14	Проведение опроса

	общественностью в сфере бизнеса								
8	Тема 8. Связи с общественностью в политике. Развитие отношений с общественностью в органах власти	18	2	2				14	Тестирование решение кейсов
9	Зачет	2	1	1					Проведение опроса
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>17</b>	<b>17</b>				<b>110</b>	
	<b>Всего</b>	<b>144</b>							

#### 4.2. Для заочной формы обучения

№ п/п	Темы дисциплины	Всего академических часов	В том числе занятия лекционного типа	В том числе занятия семинарского типа				Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости. Форма промежуточной аттестации
				Семинары	Практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторные практ-мы	Коллоквиумы		
1	Тема 1. Связи с общественностью: история возникновения и развития	18	2					16	Проведение опроса
2	Тема 2. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью	18	2					16	Проведение опроса решение кейсов
3	Тема 3. Правовые и этические основы связей с общественностью	16						16	Тестирование
4	Тема 4. Общественность и общественное мнение	18		2				16	Тестирование решение кейсов
5	Тема 5. Планирование	18		2				16	Проведение опроса



	и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью								
6	Тема 6. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Организационные формы связей с общественностью	20		2				18	Проведение опроса решение кейсов
7	Тема 7. Связи с общественностью в сфере бизнеса	18		2				16	Проведение опроса
8	Тема 8. Связи с общественностью в политике. Развитие отношений с общественностью в органах власти	16						16	Тестирование решение кейсов
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>4</b>	<b>8</b>				<b>130</b>	
	<b>Всего</b>	<b>144</b>							

**Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

<b>№ п/п</b>	<b>Автор</b>	<b>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</b>	<b>Выходные данные по</b>	<b>Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ / адрес доступа</b>
<b>Основная учебная литература</b>				
1	Антипов К. В.	Основы рекламы: учебник	М.: 2020, Дашков и К°. – 326 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573332">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573332</a>
<b>Дополнительная литература</b>				
<b>А) Дополнительная учебная литература</b>				
2	Китчен Ф.	Паблик рилейшнз: учебное пособие	М.: Юнити, 2015. - 454 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546</a>

3	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	М.: Дашков и К., 2020. – 324 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>
4	Коротков Э.М.	Менеджмент: учебник для бакалавров.	М.: Юрайт, 2012. – 512 с.	132
5	Чернышева Т. Л.	Связи с общественностью (PR): учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 140 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940</a>
<b>Б) Официальные издания</b>				
1	Конституция РФ			<a href="http://WWW.CONSTITUTION.RU">WWW.CONSTITUTION.RU</a>
2	Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»			<a href="http://WWW.COSULTANT.RU">WWW.COSULTANT.RU</a>
3	Справочно-правовая система «Гарант»			<a href="http://WWW.GARANT.RU">WWW.GARANT.RU</a>
2	ФГОС 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 12.11.2015 г., №1334			<a href="http://WWW.COSULTANT.RU">WWW.COSULTANT.RU</a>
<b>В) Периодические издания</b>				
1	Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»			
2	Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»			
3	Научно-информационный журнал «Вопросы управления предприятием»			
4	Журнал «Организация управления»			
<b>Г) Справочно-библиографическая литература</b>				
1	Большая Российская энциклопедия. Энциклопедический словарь. <a href="http://enc-dic.com/">http://enc-dic.com/</a>			

## **Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

Рекомендуется также ознакомиться со следующими сайтами:

1. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;

2. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) - сайт «Корпоративный менеджмент». Новости, публикации, Библиотека управления (учебники, статьи, обзоры) по таким разделам, как: Менеджмент; Маркетинг; Финансовый анализ, оценка бизнеса; Бизнес-планы; Инвестиции и инвесторы; Консалтинг и др;

3. [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru) – электронная библиотека HR-специалистов – «Книги по управлению персоналом на сайте «Кадровый менеджмент»;

4. [www.ecsostap](http://www.ecsostap) – Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»;

5. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». Книги, статьи, документы и пр.;

6. [www.cyberleninka.ru](http://www.cyberleninka.ru) - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей статьи авторов по экономике, менеджменту и пр.

7. [www.ecstudent.ru](http://www.ecstudent.ru) – сайт для студентов экономических и управленческих направлений. На сайте представлены статьи, лекции, кейсы, тесты по менеджменту.

8. [www.managementlib.ru/](http://www.managementlib.ru/) - библиотека по менеджменту. Статьи и книги по менеджменту: искусство управления, деловые игры, деловое общение, деловая переписка, этика делового человека, собственное дело, опыт управления в других странах, советы от опытных руководителей.

## **Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

### **7.1. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLCMedia player
5. 7-zip

### **7.2. Перечень информационных справочных систем:**

- [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - справочная правовая система.
- [www.garant.ru](http://www.garant.ru) – справочно - правовая система.

### 7.3. Перечень профессиональных баз данных:

- [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru) - сообщество менеджеров: публикации профессионалов по вопросам менеджмента, маркетинга, карьеры, финансов, бизнес-образования. Вопросы и ответы.

- [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) - вопросы и ответы. Библиотека публикаций по менеджменту, оценке, бюджетированию, планированию. Программы и курсы. Исследования и бизнес-планы

- [www.topknowledge.ru](http://www.topknowledge.ru) - на страницах сайта topknowledge.ru представлены статьи и учебные материалы по экономическим, финансовым и управленческим дисциплинам, а также результаты научных исследований в данной области.

- [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - проект для экономистов-аналитиков, студентов и аспирантов экономических и управленческих специальностей

## Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины «Паблик рилейшнз» используются следующие специализированные помещения - учебные аудитории:

**I. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации** – учебная аудитория № 2.8, корпус № 2 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Аудитория № 2.8 оснащена следующими техническими средствами обучения и набором демонстрационного оборудования:

Перечень основного оборудования:

- комплект специализированной мебели;
- доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.urait.ru](http://www.urait.ru)).

Перечень учебно-наглядных пособий:

- комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);
- комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

**II. Для самостоятельной работы** – учебная аудитория №4.5, корпус №2 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Аудитория № 4.5 оснащена следующими техническими средствами обучения:

- персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 19 ед.

**Учебная аудитория №1.1, корпус №1** (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 1).

Аудитория №1.1 оснащена следующими техническими средствами обучения:  
Перечень основного оборудования:

- персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 60 ед.

## **Раздел 9. Образовательные технологии**

**Образовательная технология** (технология в сфере образования) – это совокупность научно и практически обоснованных методов и инструментов для достижения запланированных результатов в области образования. Применение конкретных образовательных технологий в учебном процессе определяется спецификой учебной деятельности, ее информационно-ресурсной основы и видов учебной работы.

При освоении дисциплины «Паблик рилейшнз» предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций, тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При реализации программы дисциплины «Паблик рилейшнз» используются различные образовательные технологии. Во время аудиторных занятий лекции проводятся с использованием ПК и проектора, практические занятия – в виде группового обсуждения под руководством преподавателя проблем предметной области, также используются материалы печатные и в электронной форме; аудио, видеокассеты; аудио видео- лекции в электронной форме. На практических занятиях обучающимися приобретаются умения решения ситуационных задач в профессиональной области, проведения тренингов. В преподавании курса «Паблик рилейшнз» можно выделить также следующие образовательные технологии:

**1. Традиционные образовательные технологии** ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно - иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

Примеры форм учебных занятий с использованием традиционных технологий:

- Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

- Семинар – эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия

с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

- Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

- Лабораторная работа – организация учебной работы с реальными материальными и информационными объектами, экспериментальная работа с аналоговыми моделями реальных объектов.

**2. Технологии проблемного обучения** – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов.

Примеры форм учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:

- проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала;

- лекция «вдвоем» (бинарная лекция) – изложение материала в форме диалогического общения двух преподавателей (например, реконструкция диалога представителей различных научных школ, «ученого» и «практика» и т.п.);

- практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков;

- практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс - стади») – обучение в контексте моделируемой ситуации, воспроизводящей реальные условия научной, производственной, общественной деятельности. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

**3. Игровые технологии** – организация образовательного процесса, основанная на реконструкции моделей поведения в рамках предложенных сценарных условий.

Примеры форм учебных занятий с использованием игровых технологий:

- деловая игра – моделирование различных ситуаций, связанных с выработкой и принятием совместных решений, обсуждением вопросов в режиме «мозгового штурма», реконструкцией функционального взаимодействия в коллективе и т.п.;

- ролевая игра – имитация или реконструкция моделей ролевого поведения в предложенных сценарных условиях.

**4. Технологии проектного обучения** – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно - познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов,

определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

Основные типы проектов:

- исследовательский проект – структура приближена к формату научного исследования (доказательство актуальности темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, выдвижение гипотезы, обобщение результатов, выводы, обозначение новых проблем);

- творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник и т.п.);

- информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

**5. Интерактивные технологии** – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата.

Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационноресурсной среды.

Примеры форм учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:

- лекция «обратной связи» – лекция-провокация (изложение материала с заранее запланированными ошибками), лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция – пресс-конференция;

- семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе;

- мозговой штурм;

- работа в малых группах;

- дебаты;

- круглый стол и др.

**6. Информационно-коммуникационные образовательные технологии** – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

Примеры форм учебных занятий с использованием информационно - коммуникационных технологий:

- лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов);

- практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред.



Лист актуализации рабочей программы дисциплины  
«Паблик рилейшнз»

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 30 » июня 20 20 г. № 11  
Зав. кафедрой Минатушев А.А.

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 22 » мая 20 21 г. № 10  
Зав. кафедрой Минатушев А.А.

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_