

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «23» мая 2018 г. №10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.39 История коммуникаций

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки (специальности)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль "Диджитал реклама и связи с общественностью "

бакалавр

очной формы обучения

Год набора – 2019 г.

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Доцент, кафедры политических и общественных коммуникаций, Кандидат филологических наук, Глазкова Елена Анатольевна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
3. Содержание и структура дисциплины	
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.....	
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.....	
4.4. Методические материалы.....	
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	
6.1. Основная литература.....	
6.2. Дополнительная литература.....	
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	
6.4. Нормативные правовые документы.....	
6.5. Интернет-ресурсы.....	
6.6. Иные источники.....	
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.39 История коммуникаций обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений при участии в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	1 этап (код этапа ПК -7.1)	– Способность определения целей и задач при разработке коммуникационных кампаний и мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
управление проектами	1 этап (код этапа ОПК - 7.1)	на уровне знаний: - особенности организационно-управленческой работы в коммуникационных технологиях; - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий; - организационные, правовые, этические и экономические принципы подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий.
		на уровне умений: - планировать и организовывать кампании различных видов в сфере рекламы и связей с общественностью, - осуществлять мероприятия на разных этапах коммуникационной кампании; - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; - анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий.
		на уровне навыков: - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе; - навыком самостоятельной работы с

		документами и первоисточниками по связям с общественностью; навыками сбора информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. - навыками и приемами проведения коммуникационных мероприятий. - навыками проведения стандартной PR- и рекламной кампании.
--	--	--

1. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

1)Б1.В.ОД.10 «История общественных коммуникаций», 1 курс, семестр 1,2 ; 144 ЗЕТ

2)Изучение дисциплины осуществляется в течение двух семестров. Для полного усвоения данной дисциплины студентам необходимы компетенции, сформированные в результате обучения ранее в образовательных учреждениях среднего образования. А также на приобретенные ранее умения и навыки такие как, например, способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

3)Контактная работа с преподавателем – 56, СРС - 88 часов

4)По дисциплине осуществляется текущий контроль на дневном обучении и итоговый контроль в форме зачёта с оценкой.

2. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Все го	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДОТ *	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Законодательное регулирование рекламной деятельности.	18			7		11	Д; О
Тема 2	Рекламодатель и рекламное агентство (РА). Организация рекламной службы организации/компании. Организация и	18			7		11	Д;О

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Все го	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДОТ *	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
	структура рекламного агентства РА. Выбор и взаимодействие с РА.							
Тема 3	Построение системы внешних коммуникаций в органах государственного (муниципального) управления	18			7		11	ДЗ; Д; О
Тема 4	Общая модель проведения PR- кампании.	18			7		11	ДЗ; О
Тема 5	Виды PR-мероприятий и их реализация	18			7		11	ДЗ; О
Тема 6	Рекламно- презентационная продукция в PR- кампании	18			7		11	ДЗ; Д; О
Тема 7	Базовый план и реализация PR- кампании	18			7		11	Р; Д
Тема 8	Манипуляция общественным мнением	18			7		11	Д; О
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		144			56		88	

Примечание:

* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Законодательное регулирование рекламной деятельности.

Федеральное законодательство о рекламе. Регулирование и саморегулирование.

Реклама. Спонсорство и благотворительность. Классификация рекламы. Основные виды рекламных носителей.

Тема 2. Рекламодатель и рекламное агентство (РА). Организация рекламной службы организации/компании. Организация и структура рекламного агентства РА. Выбор и взаимодействие с РА.

Представление о рекламодателе и изготовителе рекламы, принципы их взаимодействия.

Организация и структура рекламного агентства РА. Выбор и взаимодействие с РА.

Каналы распространения рекламы.

Интернет-реклама.

Подготовка, организация и проведение рекламных кампаний. Оценка эффективности рекламы

Тема 3. Построение системы внешних коммуникаций в органах государственного (муниципального) управления

Внешние коммуникации разного уровня органов государственного (муниципального) управления.

Тема 4. Общая модель проведения PR-кампании.

Понятие о рекламной компании. Общая модель проведения PR-кампании. Система RACE, SWOT-анализ.

Тема 5. Виды PR-мероприятий и их реализация

Пресс-релиз

Тема 6. Рекламно-презентационная продукция в PR-кампании

Рекламно-презентационная продукция в PR-кампании, виды, цели

Тема 7. Базовый план и реализация PR-кампании

Базовый план и реализация PR-кампании. Оценка эффективности

Тема 8. Манипуляция общественным мнением

Виды и приёмы манипуляция общественным мнением

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «История общественных коммуникаций», используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

Занятия лекционного типа не предусмотрены.

– при проведении занятий семинарского типа:

Практические занятия проводятся в виде дискуссий, семинаров, группового проектного обучения.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые оценочные материалы

1. Что такое общественное мнение?
 - а) состояние массового сознания;
 - б) социальный институт;
 - в) оценочно-познавательная деятельность социальных общностей;
 - г) все перечисленное.
2. Кто из перечисленных ученых одним из первых исследовал природу стереотипов в структуре общественного мнения?
 - а) Н. Макиавелли;
 - б) У. Липпман;
 - в) С. Московичи.
3. Когда появились представления об общественном мнении?
 - а) в эпоху Просвещения;
 - б) в античную эпоху;
 - в) в Средние века.
4. Что не относится к активным формам процесса производства общественного мнения?
 - а) пропаганда;
 - б) публичные выступления;
 - в) подражание.
5. Какие из подходов не относятся к исследованию общественного мнения?
 - а) гносеологический;
 - б) социологический;
 - в) экономический.
6. Что из перечисленного не относится к свойствам общественного мнения?
 - а) распространенность;
 - б) направленность;
 - в) компетентность;
 - г) эмоции.
7. Что не относится к структуре общественного мнения?
 - а) общественные настроения;
 - б) иллюзии;
 - в) математические формулы;
 - г) знания.
8. Что из перечисленного не относится к функциям общественного мнения?
 - а) экспрессивная;
 - б) убеждающая;
 - в) контрольная.
9. Кто впервые использовал метод выборочного исследования при опросах общественного мнения?
 - а) Э. Ноэль-Нойман;
 - б) Дж. Гэллап;
 - в) У. Липпман.
10. Социологическое исследование — это:
 - а) обобщение данных о социально-экономических, политических, духовных и т. п. процессах;
 - б) комплекс теоретических, методологических и методических положений, приемов и процедур изучения явлений и процессов общественной жизни;
 - в) теоретический анализ актуальных общественных проблем.
11. Интервьюирование относится к такому методу социологического исследования, как:
 - а) опрос;
 - б) наблюдение;

в) тестирование.

12. Что не относится к опросным методам изучения общественного мнения?

- а) анкетирование;
- б) экспертный опрос;
- в) социометрия;
- г) контент-анализ.

13. Разведывательным называется вид социологического исследования:

- а) пилотажный;
- б) описательный;
- в) аналитический.

14. Что в изучении общественного мнения понимается под репрезентативностью выборки?

- а) характеристика эмпирических данных, указывающая на их точность и наглядность;
- б) характеристика выборки, указывающая на ее способность представить все характеристики генеральной совокупности;
- в) характеристика метода сбора данных, указывающая на его адекватность предмету исследования.

15. К какой категории методов относится контент-анализ?

- а) качественные;
- б) количественные;
- в) синтетические.

Ответы на тестовые задания (ключ: вопрос — ответ).

1 — г; 2 — б; 3 — б; 4 — в; 5 — в; 6 — г; 7 — в; 8 — б; 9 — б; 10 — б; 11 — а; 12 — в; 13 — а; 14 — б; 15 — б.

Для проверки усвоения содержания студенту предлагается ответить на следующие вопросы:

- Какие черты, по Лебону, свойственны толпе?
- К любой ли толпе, по Лебону, применимы выделенные им характеристики?
- Какие черты свойственны индивиду в толпе?
- Каковы источники выделенных свойств?

Дополнительное задание.

Найдите современный текст, посвященный психологии толпы. Сравните выводы Лебона с выводами современного исследователя. Подтверждаются ли наблюдения Лебона?

1) Работа студента в групповом или индивидуальном порядке:

Работа студента в разработке групповых и индивидуальных проектов.

Работа студента в разработке группового или индивидуального проекта предполагает выполнение творческих работ, направленных на достижение поставленной преподавателем цели.

Работа студента в групповой работе предполагает:

- определение студентом зоны (сферы) работ в рамках группового проекта;
- разработку технического задания на проведение работы;
- постоянную взаимосвязь с другими участниками группы в целях достижения согласия и выполнения работы.

2) Написание эссе, выполнение домашних практических заданий

Темы эссе (письменных домашних работ):

- В чем причина популярности у рекламодателей ТВ-рекламы?
- Наружная реклама в Москве – уникальность или обыденность?
- Есть будущее у рекламы в печатных СМИ?
- Полиграфическая реклама – константа рекламной кампании.

- Насколько эффективна BTL-реклама?
- Промо-акции: преимущества и недостатки.
- Что такое медийно-контекстная реклама в Интернете?
- Медийная реклама в Интернете – будущее рекламы?

4.2. Промежуточная аттестации

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений при участии в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	1 этап (код этапа ПК -7.1)	– Способность определения целей и задач при разработке коммуникационных кампаний и мероприятий

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
управление проектами	1 этап (код этапа ОПК - 7.1)	на уровне знаний: - особенности организационно-управленческой работы в коммуникационных технологиях; - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий; - организационные, правовые, этические и экономические принципы подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий.
		на уровне умений: - планировать и организовывать кампании различных видов в сфере рекламы и связей с общественностью, - осуществлять мероприятия на разных этапах коммуникационной кампании; - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; - анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий.
		на уровне навыков: - навыками организационно-

		<p>управленческой работы в коммуникационном процессе;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; навыками сбора информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. - навыками и приемами проведения коммуникационных мероприятий. - навыками проведения стандартной PR- и рекламной кампании.
--	--	---

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

- Федеральное законодательство о рекламе.
- Регулирование и саморегулирование.
- Реклама. Спонсорство и благотворительность.
- Классификация рекламы.
- Основные виды рекламных носителей.
- Организация рекламной службы организации/компании.
- Организация и структура рекламного агентства РА.
- Выбор и взаимодействие с РА.
- Представление о рекламодателе и изготовителе рекламы, принципы их взаимодействия.
- Организация и структура рекламного агентства РА.
- Выбор и взаимодействие с РА.
- Каналы распространения рекламы.
- Интернет-реклама.
- Подготовка, организация и проведение рекламных кампаний.
- Оценка эффективности рекламы
- Внешние коммуникации разного уровня органов государственного (муниципального) управления.
- Понятие о рекламной компании.
- Общая модель проведения PR-кампании. Система RACE, SWOT-анализ.
- Пресс-релиз
- Рекламно-презентационная продукция в PR-кампании, виды, цели
- Базовый план и реализация PR-кампании.
- Оценка эффективности
- Виды и приёмы манипуляция общественным мнением
- Шкала оценивания.
- Знания, умения, навыки студента на экзамене/зачете оцениваются оценками:
 - «отлично» – 5,
 - «хорошо» – 4,
 - «удовлетворительно» – 3,

«неудовлетворительно» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Оценивание студента на зачета с оценкой по дисциплине «История общественных коммуникаций»:

Оценка	Требования к знаниям
5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.

3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
------------------------	--

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в [Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС](http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf)

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

[Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС](#)

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть

	<p>компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Реферат, доклад	<p>Тема доклада (реферата) выбирается студентом по согласованию с преподавателем. Важно при этом учитывать ее актуальность, научную разработанность, возможность нахождения необходимых источников для изучения темы реферата (доклада), имеющиеся у студента начальные знания и личный интерес к выбору данной темы.</p> <p>После выбора темы реферата (доклада) составляется перечень источников (монографий, научных статей, справочной литературы, содержащей комментарии, результаты исследований и т.п.).</p> <p>Реферат (доклад) - это самостоятельная учебно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.</p> <p>Примерные этапы работы над рефератом (докладом):</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулирование темы; - подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 10); - составление библиографии; - обработка и систематизация информации; - разработка плана; - написание реферата (доклада); - публичное выступление с результатами исследования.
Эссе	<p>Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы.</p> <p>В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса.</p> <p>Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов.</p>

	Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.
Тест	Тест - это система стандартизированных вопросов (заданий) позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Возможно проведение промежуточных тестов во время практических занятий, а также тест может использоваться как способ проведения экзамена (зачета).
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>

Эссе.

Эссе (от фр. Essai – попытка) – это небольшое произведение научного или критического характера, посвящённое какому-либо актуальному вопросу. Содержание и структура эссе определяются автором, который, излагая свой взгляд на рассматриваемую проблему, стремится убедить читателя принять (разделить с ним) его позицию. Задача автора – описать состояние какой-то научной проблемы, какого-то явления и «навязать» читателю своё представление об этой проблеме или этом явлении.

Эссе является одной из возможностей изложения результатов собственного научного исследования. В отличие от реферата жанр эссе предполагает выражение собственного мнения по теоретической проблеме, это результат анализа (размышления, рефлексии) автора по определённой теме, представляющей научный интерес.

Структура работы предполагает формулировку проблемы и целей исследования, определения актуальности выбранной проблематики и изложения сведений по теме. При этом текст имеет свободную структуру, т.е. последовательность изложения отдельных вопросов определяет сам автор.

Как и любая научная работа, эссе должно иметь смысловую целостность, связность и законченность. Научные тексты различных жанров строятся по единой логической схеме. В основании этой схемы находится главный тезис – утверждение, требующее обоснования; тезис включает в себя предмет речи (то, о чем говорится в тексте) и главный анализируемый признак (то, что говорится об этом предмете). Доказательствами главного тезиса являются аргументы (доводы, основания, приводимые в доказательство), количество которых зависит

от жанра и объема научного текста. Для более полной аргументации тезиса необходимы также иллюстрации – примеры, подтверждающие выдвинутые теоретические положения.

Текст научного стиля завершается выводом (резюме), в котором содержится аналитическая оценка проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейших изысканий.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении – резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стил изложения научно-популярный, т.е. обязательно использование научных терминов, в то же время допускается публицистичность высказывания, эмоциональность, экспрессивность и образность.
4. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование тире.
5. ОБЪЁМ ЭССЕ может быть от 3 до 10 страниц машинописного текста (Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5, поля: слева 3 см, сверху и внизу – по 2 см, справа – 1,5 см.).
6. Обязателен заголовок.

Подготовка индивидуальных докладов и выполнение презентаций по темам курса

Критерии оценивания доклада и презентации:

Доклад – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. **В учебных целях:** доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Этапы работы над докладом. Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённому плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам.

Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

Презентация позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более 2 типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более 7.
3. Количество символов в строке не более 40 (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов.

Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.

5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовки – 24-32; подзаголовки – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)

6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Функции МК в советский период. Функции МК в разных теориях. Понятие «электронной демократии», суть явления.
Пропаганда, задачи, цели.
Технологии онлайн-исследований.
Гендерная проблематика, анализ стереотипных представлений о мужчинах и женщинах. Система ценностей, пропагандируемых СМИ. Особенности социальной рекламы в России и за рубежом.

Темы эссе (письменных домашних работ):

- В чем причина популярности у рекламодателей ТВ-рекламы?
- Наружная реклама в Москве – уникальность или обыденность?
- Есть будущее у рекламы в печатных СМИ?
- Полиграфическая реклама – константа рекламной кампании.

- Насколько эффективна BTL-реклама?
- Промо-акции: преимущества и недостатки.
- Что такое медийно-контекстная реклама в Интернете?
- Медийная реклама в Интернете – будущее рекламы?

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Составление компендиума

Компендиум (compendium) – краткое руководство, конспект. Компендиум по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный студентом из периодической литературы, Интернет-ресурсов материал, кратко законспектированный, иллюстрирующий научный\практический взгляд на исследуемую проблему. Для составления компендиума необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и Интернет-ресурсов;
- выбрать наиболее интересную для студента тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать (сделать «выжимки») из источника, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

Компендиум

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
В компендиуме представлено более 10 проанализированных источников, все содержательно связаны, интегрированы логично, представляют авторскую позицию	5
В компендиуме представлено менее 10, но более 5 проанализированных источников, все содержательно связаны, интегрированы логично, представляют авторскую позицию	4
В компендиуме представлено менее 10, но более 5 проанализированных источников, содержательно не связаны между собой, частично соответствуют заданной теме, частично интегрированы.	3
В компендиуме представлено менее 10, но более 5 проанализированных источников, содержательно не связаны между собой, не соответствуют заданной теме, в компендиуме выстроены нелогично.	2

Подготовка дискуссии (круглого стола) по теме

Подготовка дискуссии (круглого стола) представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);

- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Подготовка дискуссии

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
Выбранная студентом тема (проблема) актуальна на современном этапе развития, представлен подробный план-конспект в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики	5
Выбранная студентом тема (проблема) актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, приведен один пример из практики	4
Выбранная студентом тема (проблема) не актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект в котором отражены вопросы для дискуссии, отсутствует временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, отсутствуют примеры из практики	3
Выбранная студентом тема (проблема) не актуальна на современном этапе развития, представлен содержательно сжатый план-конспект в котором частично (не более 5) отражены вопросы для дискуссии, отсутствует временной регламент обсуждения, отсутствуют возможные варианты ответов, отсутствуют примеры из практики	2

Обзор интернет-сайтов и разработка каталога Интернет-ресурсов по заданной теме

Каталог Интернет-ресурсов представляет собой тематически подобранный студентом перечень Интернет-сайтов. В каталоге необходимо отразить: тему (параграф, вопрос и т.д.), название сайта, электронный адрес и дату обращения, краткое содержание Интернет-сайта (перечень вопросов, на которые можно получить ответы на представленном сайте).

Каталог Интернет-ресурсов

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
В каталоге представлено более 5 тем, сайты тематически подобраны, соответствуют теме, каталог соответствует требованиям	5
В каталоге представлено более 3 тем, сайты тематически подобраны, соответствуют теме, каталог соответствует требованиям	4
В каталоге представлено менее 3 тем, сайты частично тематически подобраны, частично соответствуют теме, каталог частично соответствует требованиям	3

В каталоге представлена одна тема, сайты тематически не подобраны, частично соответствуют теме, каталог не соответствует требованиям	2
--	---

Обзор периодической литературы и профессиональных изданий

Результатам обзора периодической литературы является библиографический список.

Библиографический список – обязательный элемент любой научной работы – реферата, курсовой, дипломной работы, диссертации, монографии, обзора, научного отчета. Список включает литературу, используемую при подготовке текста: цитируемую, упоминаемую, а также имеющую непосредственное отношение к исследуемой теме. Большое значение имеет правильное библиографическое описание документов и рациональный порядок расположения их в списке.

Библиографический список, по сути, представляет собой упорядоченные библиографические описания работ, выполненные в соответствии с государственными стандартами. Для составления библиографического списка используется краткое библиографическое описание, состоящее только из обязательных элементов.

Библиографический список

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
В библиографическом списке представлено более 15 источников, тематически соответствуют теме, оформлены в соответствии с требованиями к оформлению библиографии	5
В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10, тематически соответствуют теме, оформлены в соответствии с требованиями к оформлению библиографии	4
В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10, тематически частично соответствуют теме, оформлены с незначительными нарушениями требований к оформлению библиографии	3
В библиографическом списке представлено менее 10 источников, тематически частично соответствуют теме, оформлены с грубыми нарушениями требований к оформлению библиографии	2

Работы студента с библиографическим списком

Параметр	Оценка (по 5 шкале)
Вклад в достижение поставленной цели значителен, активно участвовал в работе, содействовал благоприятному климату в группе, постоянно поддерживал связь с другими участниками группы	5
Вклад в достижение поставленной цели важен, участвовал в работе по мере обращения, содействовал благоприятному климату в группе, частично поддерживал связь с другими участниками группы	4

Вклад в достижение поставленной цели не важен, участвовал в работе по мере обращения, не содействовал благоприятному климату в группе, частично поддерживал связь с другими участниками группы	3
В работе группы практически не участвовал, создавал видимость работы, вклад в достижение цели не внес	2

3. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

3.1.Основная литература.

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1.	Шпрко в Ф.И.	Коммуникология. Основы теории коммуникации	Дашков и К	2014	Да	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/4438
2.	Шпрко в Ф.И.	Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике	Дашков и К	2014	Да	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/5247
3.	Шпрко в Ф.И.	Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг	Дашков и К	2016	да	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/5249

3.2.Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/п	Ф. инициал	Название издания	Издательство	Год издан	Наличие в	Ссылка на электронный источник в ЭБС
-------	------------	------------------	--------------	-----------	-----------	--------------------------------------

п	лы автора			ия	библиот еке РАНХи ГС	
1	Голуб О.Ю., Тихоно ва С.В.	Теория коммуникац ии	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2011	Да	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/644
2	Василе нко С.А, Исаков В.А., Кожеур ова Н.С., Полуни на О.С.,	Словарь- справочник для специалисто в в области связей с общественно стью	МГПУ	2013	да	http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/26671

3.3.Нормативные правовые документы.

1. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
 2. Федеральный закон РФ «О рекламе»,
 3. Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации»,
- 6.5. Интернет-ресурсы.

<u>№</u>	<u>Наименование портала (издания, курса, документа)</u>	<u>ссылка</u>
<u>Учебные пособия, статьи</u>		
<u>1</u>	<u>Третьяк Г.Е. Сущность коммуникации и ее место в социокультурной реальности.</u>	http://www.festu.ru
<u>2</u>	<u>Теория коммуникации</u>	http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html
<u>3</u>	<u>Обширная информация об истории коммуникативных систем (от доисторических наскальных надписей до радио и телевидения).</u>	http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html
<u>4</u>	<u>Материал по содержательной и языковой стороне политической пропаганды, технологии пропаганды (игра слов, эвфемизмы и т.п.) в различных сферах</u>	http://carmen.artsci.washington.edu/propaganda/contents.htm

<u>5</u>	<u>Информация по бизнес-коммуникации, деловой переписке, презентациям, офисной работе и т.п.</u>	<u>http://www.smartbiz.com/sbs/cats/comm.htm</u>
<u>6</u>	<u>Российская национальная библиотека</u>	<u>www.nnir.ru</u>
<u>7</u>	<u>Национальная электронная библиотека</u>	<u>www.nns.ru</u>
<u>8</u>	<u>Российская государственная библиотека</u>	<u>www.rsi.ru</u>

4. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий: лекционные аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций.

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

