

**Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по УМР  
Е.В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

## История

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Истории России</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>6 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	216
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	191
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:  
экзамены I

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	I		Итого	
	уп	рцд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	191	191	191	191
Часы на контроль	9	9	9	9
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>216</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России в мировом сообществе, ее месте в мировой и европейской цивилизации; сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; выработать у студентов навыки получения, анализа и обобщения исторической информации
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Философия	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Культурология	
2.2.2	Политология	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-2: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции**

**Знать:**

Уровень 1	основные методы исторического исследования
Уровень 2	конкретные события и факты из истории России
Уровень 3	суть и следствия важнейших событий и процессов в истории России, ее место в мировой цивилизации

**Уметь:**

Уровень 1	использовать методы системного анализа, сравнительного анализа и синтеза
Уровень 2	формулировать аргументированные суждения относительно истории России
Уровень 3	обосновать собственную гражданскую позицию

**Владеть:**

Уровень 1	навыками самостоятельной работы с учебной литературой
Уровень 2	навыками самостоятельной работы с научной литературой
Уровень 3	способностью к абстрактному мышлению

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	основные методы исторического исследования, конкретные события и факты из истории России, причины, суть и следствия важнейших событий и процессов в истории России, ее место в мировой цивилизации
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	использовать методы системного анализа, сравнительного анализа и синтеза, формулировать аргументированные суждения относительно истории России, обосновать собственную гражданскую позицию
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	способностью к абстрактному мышлению, навыками самостоятельной работы с учебной и научной литературой

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Особенности становления российской государственности (IX-XVII вв.)</b>						
1.1	Особенности становления российской государственности (IX-XVII вв.) /Лек/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.3 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Эволюция древнерусской государственности в XI – XV вв. /Пр/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.3 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	

1.3	Эволюция древнерусской государственности в XI – XV вв. /Ср/	1	32	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.3 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
1.4	Развитие российского государства в XVI-XVII вв. /Пр/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
1.5	Развитие российского государства в XVI-XVII вв. /Ср/	1	32	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
<b>Раздел 2. Российская империя (XVIII – начало XX вв.)</b>							
2.1	Пути трансформации абсолютизма в XVIII в. /Пр/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Пути трансформации абсолютизма в XVIII в. /Ср/	1	32	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Социально-экономическая модернизация России в XIX в. /Пр/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
2.4	Социально-экономическая модернизация России в XIX в. /Ср/	1	32	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
<b>Раздел 3. Советское государство (1917-1991 гг.)</b>							
3.1	Советское государство (1917-1991 гг.) /Лек/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
3.2	Социалистическая модернизация в СССР /Пр/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
3.3	Социалистическая модернизация в СССР /Ср/	1	32	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
<b>Раздел 4. Постсоветский период (1991 – по Н.в.)</b>							
4.1	Россия в 1991 – начале XXI в. /Лек/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
4.2	Россия в 1991 – начале XXI в. /Ср/	1	31	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
4.3	/Экзамен/	1	9			0	

<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>	
<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>	
Представлены в Приложении 1	
<b>5.2. Темы письменных работ</b>	
Представлены в Приложении 1	
<b>5.3. Фонд оценочных средств</b>	
Представлены в Приложении 1	
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>	
Устный опрос, практические задания, эссе. Устный опрос на экзамене.	

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>				
<b>6.1.1. Основная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Орлов А. С., Георгиев В. А., Георгиева Н. Г., Сивохина Т. А.	История России: учебник	Москва: Проспект, 2016	1
Л1.2	Фортунатов В. В.	История: [учебное пособие]	Москва [и др.]: Питер, 2017	5
Л1.3	Сахаров А. Н., Боханов А. Н., Шестаков В. А.	История России с древнейших времен до наших дней: учебник	Москва: Проспект, 2016	1
Л1.4	Золотухин М. Ю.	Золотухин, М. Ю. История международных отношений и внешней политики России в Новое время. XVI – XIX вв.	,	1
Л1.5	Мунчаев Ш. М., Устинов В. М.	История России: Учебник	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2015	1
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Борисов А. Ю., Клейменова Н. Е., Наринский М. М., Сидоров А. Ю.	Межвоенный период и Вторая мировая война	, 2014	13
Л2.2	Ходяков М. В.	Новейшая история России (1914-2015): Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Семенникова Л. И.	История России в 2 ч. Часть 1. До начала XX века: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.4	Семенникова Л. И.	История России в 2 ч. Часть 2. XX — начало XXI века: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.5	Андреев И. Л.	История России 1700-1861 гг. (с картами): Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.6	Федоров В. А.	История России 1861-1917 гг. (с картами): Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.7	Золотухин М. Ю., Георгиев В. А., Георгиева Н. Г.	История международных отношений и внешняя политика России в Новое время. XVI - начало XIX века: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2015	1
Л2.8	Ивашко М. И.	История (с древнейших времен до конца XVIII века)	Москва: Российская Академия Правосудия, 2014	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Орлов А. С., Георгиев В. А., Георгиева Н. Г., Сивохина Т. А.	История России в схемах: учебное пособие	Москва: Проспект, 2015	1
ЛЗ.2	Ивашко М. И.	История (с древнейших времен до конца XVIII века): Учебное пособие (схемы, таблицы, комментарии)	Москва: Российский государственный университет правосудия, 2014	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	История государства Российского в документах и фактах История России с древнейших времен до 1917 года: электронное учебное пособие Российская Империя: исторический проект Российский исторический иллюстрированный журнал «Родина» Правители России и Советского Союза
----	---

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Word 97-2003
6.3.1.2	Microsoft Word 2010
6.3.1.3	Power Point

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	- ноутбук ;
7.2	- переносной проектор;
7.3	- экран на штативе или навесной;

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2
-----------------------------

**Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по УМР  
Е.В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6.

## Философия

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Философии и права</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>5 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	28
самостоятельная работа	143
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:  
экзамены 3

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	2		3		Итого	
	уп	рлд	уп	рлд		
Лекции	6	6	6	6	12	12
Практические	8	8	8	8	16	16
Итого ауд.	14	14	14	14	28	28
Контактная работа	14	14	14	14	28	28
Сам. работа	58	58	85	85	143	143
Часы на контроль			9	9	9	9
Итого	72	72	108	108	180	180

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Сформировать целостное представление о структуре и специфике философского знания, его генезисе; активно влиять на формирование мировоззрения будущих специалистов путем актуализации гностических, этических и эстетических спо-собностей обучающихся. В процессе изучения философии студенты должны усвоить основные этапы эволюции философских представлений о человеке, его природе и сущности, уметь использовать методы философского анализа, в том числе и в своей профессиональной деятельности.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью	
2.1.2	Логика и теория аргументации	
2.1.3	Методы научных исследований	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	
2.2.2	Психология массовых коммуникаций	
2.2.3	Социология массовых коммуникаций	
2.2.4	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-1: Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	основные философские категории и проблемы человеческого бытия,
Уровень 2	этапы развития человеческого общества, механизмы его трансформаций
Уровень 3	эволюцию его философского осмысления.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	анализировать мировоз-зренческие, социально и лично-стно значимые фи-лософские проблемы;
Уровень 2	ло-гически корректно пред-ставлять важнейшие со-бытия в истории челове-чества
Уровень 3	соотносить их с историей философской мысли.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	способами ориентации в профессиональных источ-никах информации (спра-вочная литература, жур-налы, сайты, образова-тельные порталы и т.д.)
Уровень 2	навыками анализа соци-ально-гуманитарных про-блем.
Уровень 3	способами ориентации в профессиональных источ-никах информации (спра-вочная литература, жур-налы, сайты, образова-тельные порталы и т.д.), навыками анализа соци-ально-гуманитарных про-блем.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	основные философские категории и проблемы человеческого бытия, этапы развития человеческого общества, механизмы его трансформаций, эволюцию его философского осмысления.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	анализировать мировоз-зренческие, социально и лично-стно значимые фи-лософские проблемы; ло-гически корректно пред-ставлять важнейшие со-бытия в истории челове-чества, соотносить их с историей философской мысли.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	способами ориентации в профессиональных источ-никах информации (спра-вочная литература, жур-налы, сайты, образова-тельные порталы и т.д.), навыками анализа соци-ально-гуманитарных про-блем.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Предмет философии</b>						
1.1	Предмет философии. Специ-фика философского знания /Лек/	2	2	ОК-1	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	

1.2	Предмет философии. Специфика философского знания /Ср/	2	10	ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
<b>Раздел 2. История философии</b>							
2.1	Античная философия /Лек/	2	2	ОК-1	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
2.2	Античная философия /Пр/	2	2	ОК-1	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
2.3	Античная философия /Ср/	2	14	ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
2.4	Философия средних веков и эпохи Возрождения /Пр/	2	2	ОК-1	Л1.1 Л1.4 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1	0	
2.5	Философия средних веков и эпохи Возрождения /Ср/	2	14	ОК-1	Л1.1 Л1.4 Л2.4 Л2.5 Л3.1 Э1	0	
2.6	Западноевропейская философия Нового и Новейшего времени /Лек/	2	2	ОК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
2.7	Западноевропейская философия Нового и Новейшего времени /Пр/	2	4	ОК-1	Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
2.8	Западноевропейская философия Нового и Новейшего времени /Ср/	2	20	ОК-1	Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
<b>Раздел 3. Основные проблемы онтологии, гносеологии, философской антропологии</b>							
3.1	Основные проблемы онтологии, гносеологии, философской антропологии /Лек/	3	6	ОК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
3.2	Основные проблемы онтологии, гносеологии, философской антропологии /Пр/	3	8	ОК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
3.3	Основные проблемы онтологии, гносеологии, философской антропологии /Ср/	3	85	ОК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
3.4	/Экзамен/	3	9			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

представлены в приложении 1

### 5.2. Темы письменных работ

представлены в приложении 1

### 5.3. Фонд оценочных средств

представлены в приложении 1

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

практические занятия, тесты, эссе

**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Спиркин А. Г.	Философия в 2 ч. Часть 1: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016 Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/B13AB33B-9A4D-4B9E-837F-3BC8157AA2A6">http://www.biblio-online.ru/book/B13AB33B-9A4D-4B9E-837F-3BC8157AA2A6</a>	1
Л1.2	Колесников А. С.	История философии XX века. Современная зарубежная философия: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016 Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/350CACAC-02AA-4F98-8182-C32D7D539A84">http://www.biblio-online.ru/book/350CACAC-02AA-4F98-8182-C32D7D539A84</a>	1
Л1.3	Оганян К. М.	Философия человека: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016 Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A200BF69-0131-4067-8A26-53550B1CD831">http://www.biblio-online.ru/book/A200BF69-0131-4067-8A26-53550B1CD831</a>	1
Л1.4	Гуревич П. С.	Философия: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016 Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/2775B10F-8934-47FC-B556-493EBBD842AC">http://www.biblio-online.ru/book/2775B10F-8934-47FC-B556-493EBBD842AC</a>	1

**6.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мамзин А. С.	История и философия науки: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016 Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A4A8F2AF-8EE8-4D8D-8C0D-4D9D2C6C040B">http://www.biblio-online.ru/book/A4A8F2AF-8EE8-4D8D-8C0D-4D9D2C6C040B</a>	1
Л2.2	Коротких В. И.	Классическая философия в современной культуре: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=416424">http://znanium.com/go.php?id=416424</a>	1
Л2.3	Грядовой Д. И.	История философии. Древний мир. Античность. Книга 1	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2012 Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=391458">http://znanium.com/go.php?id=391458</a>	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Грядовой Д. И.	История философии. Европейское Просвещение. Иммануил Кант. Книга 3	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2012 Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=391460">http://znanium.com/go.php?id=391460</a>	1
Л2.5	Грядовой Д. И.	История философии. Средние века. Возрождение. Новое время. Книга 2	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2012 Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=391461">http://znanium.com/go.php?id=391461</a>	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Что такое философия. История философских учений	, 2016 Режим доступа: <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/3969_Денисова_Т_Ю_Практикум_по_философии">https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/3969_Денисова_Т_Ю_Практикум_по_философии</a>	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	<a href="http://www.gumfak.ru/filosof.shtml">http://www.gumfak.ru/filosof.shtml</a>			
Э2	<a href="http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html">http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html</a>			

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
6.3.1.2	Доступ в сеть интернет (в т.ч. Wi-Fi)			
6.3.1.3				
6.3.1.4				

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система "Консультант студента"			
---------	--	--	--	--

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам.			
7.2				

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в приложении 2				
-----------------------------	--	--	--	--

**Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по УМР  
Е.В. Конодалова

22 июля 2017 г., протокол УС №6.

## Иностранный язык

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Иностранных языков**

Учебный план **bz420301-ССО-17-1.plz.xml**  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **16 ЗЕТ**

Часов по учебному плану **576**

в том числе:

аудиторные занятия	22
самостоятельная работа	541
часов на контроль	13

Виды контроля на курсах:  
экзамены 2  
зачеты 1

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	1		2		Итого	
	уп	рцд	уп	рцд		
Лабораторные	12	12	10	10	22	22
Итого ауд.	12	12	10	10	22	22
Контактная работа	12	12	10	10	22	22
Сам. работа	92	92	449	449	541	541
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>468</b>	<b>468</b>	<b>576</b>	<b>576</b>

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Основной целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.
1.2	Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:
1.3	- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;
1.4	- развитие когнитивных и исследовательских умений;
1.5	- развитие информационной культуры;
1.6	- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов;
1.7	- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Обучающийся должен знать социокультурную специфику страны/стран изучаемого языка и уметь строить своё речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; уметь выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка; уметь использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях; уметь переводить с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля; владеть иностранным языком на уровне, превышающем пороговый, достаточным для делового общения в рамках выбранного профиля; владеть иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях владеть коммуникативной иноязычной компетенцией, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире.	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Курс «Иностранный язык» является одним из звеньев многоэтапной системы «школа–вуз–послевузовское обучение». Знания, умения и навыки, приобретенные в ходе обучения иностранному языку, могут использоваться в процессе параллельных и последующих дисциплин учебного плана, написания выпускных квалификационных работ (поиск и использование иноязычной специальной литературы, перевод оригинальных текстов в ходе познавательной и научно-исследовательской деятельности). Владение иностранным языком способствует формированию учебно-исследовательских умений, получению знаний по выбранному направлению подготовки, расширению кругозора и повышению общей культуры личности.	
2.2.2	Знания и умения, приобретенные студентом в рамках дисциплины «Иностранный язык», являются «входными» для изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере». Изучение дисциплины «Иностранный язык» расширяет возможности для овладения знаниями и умениями по ряду дисциплин в структуре ОП бакалавриата: «Основы теории коммуникации», «Реклама в коммуникационном процессе», «Организация и проведение рекламных кампаний», «Основы менеджмента» и др.	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия****Знать:**

Уровень 1	выставляется, если обучающийся демонстрирует фрагментарные знания и неполное представление о разделах изучаемой дисциплины
Уровень 2	выставляется, если обучающийся демонстрирует в целом достаточные, но содержащие незначительные пробелы знания.
Уровень 3	выставляется, если обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания по дисциплине

**Уметь:**

Уровень 1	выставляется, если обучающийся демонстрирует сформированные систематические знания по дисциплине
Уровень 2	выставляется, если обучающийся демонстрирует в целом достаточные умения, но содержащие определенные пробелы в их использовании, испытывает затруднения в некоторых ситуациях
Уровень 3	выставляется, если обучающийся демонстрирует сформированные умения использовать полученные знания

**Владеть:**

Уровень 1	выставляется, если обучающийся демонстрирует фрагментарное, несистематическое применение умений и навыков.
Уровень 2	выставляется, если обучающийся демонстрирует в целом успешное но содержащие незначительные

	пробелы применение навыков.
Уровень 3	выставляется, если обучающийся демонстрирует сформированное умение использовать полученные знания, успешное и систематическое применение навыков и компетенций.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	-фонетические, лексические, грамматические, морфологические и синтаксические аспекты изучаемого государственного и иностранного языка как системы;
3.1.2	-правила артикуляции звуков, специфику интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке;
3.1.3	-основную терминологию на государственном и иностранном языках в рамках направления (специальности);
3.1.4	-грамматический строй и основные грамматические явления изучаемого языка;
3.1.5	-требования к оформлению документации, принятые в профессиональной коммуникации;
3.1.6	-алгоритм составления реферирования профессионально-ориентированных текстов.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	-использовать государственный и иностранный язык в устной и письменной формах для решения задач в межличностном общении и учебной сфере;
3.2.2	-самостоятельно работать со специальной литературой на иностранном языке, иноязычными информационными ресурсами, технологиями и современными компьютерными переводческими программами, с целью получения профессиональной информации;
3.2.3	-вести деловую переписку на иностранном языке;
3.2.4	-осуществлять монологическое и диалогическое высказывание с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения на иностранном языке;
3.2.5	-понимать и оценивать чужую точку зрения, стремиться к сотрудничеству, достижению согласия, выработке общей позиции в условиях различия взглядов и убеждений посредством иностранного языка.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	-навыками чтения оригинальной литературы на иностранном языке по тематике соответствующего направления подготовки (специальности) в стратегиях ознакомительного, поискового, изучающего чтения; оформления извлеченной информации в виде перевода, резюме, тезисов;
3.3.2	-навыками понимания диалогической и монологической речи на слух; основами публичной речи: делать доклад или сообщения на иностранном языке на профессиональные темы;
3.3.3	-иностранном языком в объеме, необходимом для возможности получения информации из зарубежных источников.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Universities /Лаб/	1	2	ОК-5	Л1.2 Л2.5 Л3.3 Э1	0	
1.2	Universities /Ср/	1	20	ОК-5	Л1.2 Л2.5 Л3.3 Э2	0	
1.3	The Russian Federation /Лаб/	1	2	ОК-5	Л1.2 Л2.5 Л3.3 Э3	0	
1.4	The Russian Federation /Ср/	1	20	ОК-5	Л1.2 Л2.5 Л3.3 Э4	0	
1.5	The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland /Лаб/	1	4	ОК-5	Л1.2 Л2.3 Л3.4 Э4	0	
1.6	The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland /Ср/	1	20	ОК-5	Л1.2 Л2.3 Л3.4 Э1	0	
1.7	The United States of America. American Values /Лаб/	1	4	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л3.4 Э1	0	

1.8	The United States of America. American Values /Ср/	1	32	ОК-5	Л1.1 Л2.3 Л3.4 Э1 Э2	0	
1.9	/Зачёт/	1	4			0	
<b>Раздел 2.</b>							
2.1	Looking for a Job /Лаб/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.2 Л3.4 Э3 Э4	0	
2.2	Looking for a Job /Ср/	2	89	ОК-5	Л1.1 Л2.2 Л3.4 Э1	0	
2.3	What is PR? /Лаб/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э2 Э3	0	
2.4	What is PR? /Ср/	2	80	ОК-5	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э3 Э4	0	
2.5	History of Public Relations /Лаб/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э2 Э3	0	
2.6	History of Public Relations /Ср/	2	80	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
2.7	PR, Advertising and Marketing /Лаб/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
2.8	PR, Advertising and Marketing /Ср/	2	100	ОК-5	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Э2	0	
2.9	PR as a Profession /Лаб/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.4 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.10	PR as a Profession /Ср/	2	100	ОК-5	Л1.1 Л2.4 Л3.2 Э1	0	
2.11	/Экзамен/	2	9			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1.

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Тестирование, презентация, устный опрос, контрольная работа.  
Устный опрос на экзамене (зачёте).

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Сергиенко Н. А.	Mass Media World: учебное пособие	Сургут, 2015 Режим доступа: <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1703_Mass Media World">https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1703_Mass Media World</a>	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	П. И. Коваленко, Ю. А. Кудряшова	English for students of PR	Ростовн/Д: Феникс, 2008	24
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кулагина С. Г., Орехова Е. Ю., Сергиенко Н. А.	The World of the English Language: учебное пособие для студентов специальности "Перевод и переводоведение"	Сургут: Издательство СурГУ, 2008	158
Л2.2	O'Driscoll J.	Britain	Oxford: Oxford University Press, 2002	1
Л2.3	Farrel M., Rossi F., Ceriani R.	The World of English	Edinburgh: Longman, 2007	15
Л2.4	Scannell P.	Media and Communication	Los Angeles [etc.]: Sage Publications, 2007	1
Л2.5	Зайцева Л.А.	Английский язык в рекламе	Moscow: Флинта, 2012 Режим доступа: <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498851.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498851.html</a>	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Маловецкая А. С., Сергиенко Н. А., Пичуева А. В., Заикина Л. В.	Faces of Russia: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011 Режим доступа: <a href="http://elib.surgu.ru/fulltext/umm/98026">http://elib.surgu.ru/fulltext/umm/98026</a>	97
Л3.2	Сергеева Н. Н., Симонова А. Ю., Сычугова Л. А., Спирина Н. А.	Организация иноязычной проектной деятельности студентов: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011 Режим доступа: <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/96884">https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/96884</a>	1
Л3.3	Вдовиченко Л. В., Касаткина Е. В., Костюнина М. В., Ставрук М. А.	Focus on Ugra: учебно-методическое пособие	Сургут, 2015 Режим доступа: <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1705_Focus on Ugra">https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1705_Focus on Ugra</a>	1
Л3.4	Маловецкая А. С., Сергиенко Н. А., Пичуева А. В.	Surgut at a Glance: учебно-методическое пособие	Сургут, 2015 Режим доступа: <a href="https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1707_Surgut at a Glance">https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/1707_Surgut at a Glance</a>	1
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>				
Э1	BBC for English Learners			
Э2	Voice of America for English Learners			
Э3	Oxford Practice Grammar online			
Э4	KP English Version			
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>				

6.3.1.1	
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	1. СПС «КонсультантПлюс» <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
6.3.2.2	2. СПС «Кодекс» <a href="http://www.kodeks.ru/">http://www.kodeks.ru/</a>
6.3.2.3	3. ЭБС «Руконт»: <a href="http://www.rucont.ru/">http://www.rucont.ru/</a>

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

7.1	Помещения для проведения практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студента.
-----	---

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Представлены в Приложении 2.	
------------------------------	--

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

Е.В. Конюхова

22 июля 2017 г. протокол УС №6

## Социология массовых коммуникаций рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Политологии
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	7 ЗЕТ
Часов по учебному плану	252
в том числе:	
аудиторные занятия	30
самостоятельная работа	209
часов на контроль	13

Виды контроля на курсах:  
экзамены 4  
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		4		Итого	
	уп	рпд	уп	рпд		
Лекции	6	6	6	6	12	12
Практические	8	8	10	10	18	18
В том числе инт.	6	6	6	6	12	12
Итого ауд.	14	14	16	16	30	30
Контактная работа	14	14	16	16	30	30
Сам. работа	90	90	119	119	209	209
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	108	108	144	144	252	252

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Дисциплина является базовой в процессе профессиональной подготовки студентов направления "Связи с общественностью". Главной целью курса является формирование общей профессиональной культуры исследований процессов массовой коммуникации и выработка навыков научного анализа общественных явлений.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Знание основ научной деятельности, методов научных исследований и общих профессиональных представлений о коммуникации и СМИ.
2.1.2	Психология массовых коммуникаций
2.1.3	Семиотика
2.1.4	Философия
2.1.5	Методы научных исследований
2.1.6	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.7	Межкультурная коммуникация
2.1.8	Основы связей с общественностью
2.1.9	Основы теории коммуникации
2.1.10	Психология массовых коммуникаций
2.1.11	Семиотика
2.1.12	Философия
2.1.13	Методы научных исследований
2.1.14	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.15	Межкультурная коммуникация
2.1.16	Основы связей с общественностью
2.1.17	Основы теории коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.2	
2.2.3	Немедийные коммуникации
2.2.4	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.2.5	Немедийные коммуникации
2.2.6	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	основы теории массовой коммуникации
Уровень 2	представителей и основные социологические подходы к исследованию массовых коммуникаций
Уровень 3	методы и приемы исследования сферы массовых коммуникаций

**Уметь:**

Уровень 1	отделять массовую и индивидуальную коммуникацию
Уровень 2	определять содержание социологических концепций массовой коммуникации
Уровень 3	использовать методы и приемы исследования сферы массовых коммуникаций

**Владеть:**

Уровень 1	навыками определения типа коммуникативной практики
Уровень 2	навыками интерпретации конкретных явлений массовой коммуникации
Уровень 3	навыками определения типа коммуникативной практики, навыками интерпретации конкретных явлений массовой коммуникации

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
------------	---------------

3.1.1	основы теории массовой коммуникации
3.1.2	представителей и основные социологические подходы к исследованию массовых коммуникаций
3.1.3	методы и приемы исследования сферы массовых коммуникаций
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	отделять массовую и индивидуальную коммуникацию
3.2.2	определять содержание социологических концепций массовой коммуникации
3.2.3	использовать методы и приемы исследования сферы массовых коммуникаций
3.2.4	
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	навыками определения типа коммуникативной практики
3.3.2	навыками интерпретации конкретных явлений массовой коммуникации

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Основы теории массовых коммуникаций</b>						
1.1	Основы теории массовых коммуникаций /Лек/	3	3	ОК-5	Л1.1 Л2.3 Л2.6 Л3.2	0	
1.2	Основы теории массовых коммуникаций /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л2.5 Л3.1	4	
1.3	Основы теории массовых коммуникаций /Ср/	3	30	ОК-5	Л1.1 Л2.4 Л2.7 Л3.2	0	
	<b>Раздел 2. Прикладные методы исследования массовой коммуникации</b>						
2.1	Прикладные методы исследования массовой коммуникации /Лек/	3	3	ОК-5	Л1.1 Л2.3 Л2.6	0	
2.2	Прикладные методы исследования массовой коммуникации /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л2.5 Л3.2	2	
2.3	Прикладные методы исследования массовой коммуникации /Ср/	3	60	ОК-5	Л1.1 Л2.4 Л2.7 Л3.2	0	
2.4	/Зачёт/	3	4			0	
	<b>Раздел 3. Практика принятия решений в сфере социологии массовых коммуникаций</b>						
3.1	Практика принятия решений в сфере социологии массовых коммуникаций /Лек/	4	3	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.2	0	
3.2	Практика принятия решений в сфере социологии массовых коммуникаций /Пр/	4	4	ОК-5	Л1.1 Л2.5 Л2.7 Л3.1	0	
3.3	Практика принятия решений в сфере социологии массовых коммуникаций /Ср/	4	40	ОК-5	Л1.1 Л2.2 Л3.2	0	
3.4	/Зачёт/	4	0	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л2.6 Л3.1	0	
	<b>Раздел 4. Идеология в средствах массовой коммуникации</b>						
4.1	Идеология в средствах массовой коммуникации /Лек/	4	3		Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
4.2	Идеология в средствах массовой коммуникации /Пр/	4	2	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.2	2	
4.3	Идеология в средствах массовой коммуникации /Ср/	4	40	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.2	0	
	<b>Раздел 5. Роль средств массовой коммуникации в современном мире: политика, идеология, управление</b>						

5.1	Роль средств массовой коммуникации в современном мире: политика, идеология, управление /Пр/	4	4	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л2.2 Л3.2	4	
5.2	Роль средств массовой коммуникации в современном мире: политика, идеология, управление /Ср/	4	39	ОК-5	Л1.1 Л2.7 Л3.2	0	
5.3	/Экзамен/	4	9	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.2	0	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

#### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

#### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, письменная работа, зачет, экзамен.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Назаров М. М.	Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований	М.: Едиториал УРСС, 2003	7

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Федотова Л. Н.	Социология массовой коммуникации: учебник для студентов высших учебных заведений	СПб.: Питер, 2004	0
Л2.2	Мартынов М. Ю., Иванчихина Е. В.	Социология массовой коммуникации: предмет и методы исследования: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2008	175
Л2.3	Баранова Е. В.	Социология массовой коммуникации: Учебное пособие	Минск: Вышэйшая школа, 2012	1
Л2.4	Гостенина В. И., Киселев А. Г.	Социология массовой коммуникации: Учебное пособие	Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2009	1
Л2.5	Шарков Ф. И.	Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1
Л2.6	Гостенина В. И., Киселев А. Г.	Социология массовой коммуникации: Учебник	Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2013	1
Л2.7	Баранова Е. В.	Социология массовой коммуникации	Минск: Издательство "Вышэйшая школа", 2012	1

##### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Федотова Л. Н.	Социология массовых коммуникаций: теория и практика	Москва: Юрайт, 2014	5
Л3.2	Федотова Л. Н.	Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: Учебник для бакалавров	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>	
Э1	fkafedra.ucoz.ru
Э2	Научный портал «теория. ру» <a href="http://www.teoriya.ru">http://www.teoriya.ru</a>
Э3	Российская национальная библиотека <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a> Виртуальная библиотека <a href="http://www.vlibrary.ru">http://www.vlibrary.ru</a>
Э4	Полнотекстовая электронная библиотека учебных и учебно-методических материалов <a href="http://window.edu.ru/window/library">http://window.edu.ru/window/library</a>
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>	
6.3.1.1	Microsoft Word
6.3.1.2	Power Point
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	ЭБС "Юрайт"
6.3.2.2	Официальный сайт кафедры философии и права СурГУ <a href="http://fkafedra.ucoz.ru">http://fkafedra.ucoz.ru</a>

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	проектор, ноутбук

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
Представлены в Приложении 2 (отдельно для зачета и для экзамена)	

**Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по УМР  
Е.В. Коновалова  
22 июля 2017г. протокол УС №6

## Психология массовых коммуникаций рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>5 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	28
самостоятельная работа	148
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:  
зачеты с оценкой 3

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		Итого	
	уп	всд		
Лекции	12	12	12	12
Практические	16	16	16	16
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	148	148	148	148
Часы на контроль	4	4	4	4
<b>Итого</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	сформировать общее представление о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации; познакомить с профессиональной терминологией; привить способность анализировать социально значимые проблемы и процессы; рассмотреть современные теоретические подходы к психологическому анализу массовой коммуникации, структуру и основные институты массовой коммуникации; рассмотреть психологические эффекты, которые вызывает массовая коммуникация; освоить методический инструментарий исследования психологической составляющей массовых коммуникаций.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Психология карьеры	
2.1.2	Основы связей с общественностью	
2.1.3	Корпоративная культура	
2.1.4	Психология управления	
2.1.5	Психология общения и принципы ведения переговоров	
2.1.6	Теория и практика массовой информации	
2.1.7	Социология массовых коммуникаций	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Теория и практика массовой информации	
2.2.2	Коммуникации в постиндустриальном обществе	
2.2.3	Медиапланирование	
2.2.4	Пресс-служба	
2.2.5	Репутация организации	
2.2.6	Немедийные коммуникации	
2.2.7	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	
2.2.8	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент в основном верно излагает материал, содержащий основные категории и методы, направленные на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией; периодически демонстрирует знания основных требований социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей; может описать некоторые приемы и методы составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени схематичный характер.
Уровень 2	Студент достаточно и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: логичность, ясность, учет целевой аудитории и канала коммуникации, системы мер и способов взаимодействия с общественностью; демонстрирует знания основных требований социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей; в целом аргументировано описывает приемы и методы составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако межпредметные связи устанавливаются лишь по наводящим вопросам преподавателя.
Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: логичность, ясность, учет целевой аудитории и канала коммуникации, системы и способов взаимодействия с общественностью. Студент аргументировано составляет представление о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей; видит и приводит различия приемов и методов составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли

	природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации; различает основные формы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. В ответе прослеживается самостоятельность суждений и наличие содержательных межпредметных связей.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент периодически соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; может уловить логику рассуждения в чужом и собственном текстах; фрагментарно учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности взаимодействия в коллективе; в целом верно использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; может назвать основные приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ не содержит грубых ошибок, однако характеризуется фрагментарностью и поверхностностью.
Уровень 2	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; демонстрирует умение анализировать логику рассуждения в чужом и собственном текстах; учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия; в целом верно использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; использует основные приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ студента соответствует основным требованиям, однако отличается недостаточной системностью и глубиной.
Уровень 3	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент осознанно и аргументированно соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; свободно анализирует логику рассуждения в чужом и собственном текстах; адекватно учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия; использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; использует приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует владение определенным набором категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; некоторыми методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; отдельными способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответы студента в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны.
Уровень 2	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий.

**ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент в основном верно излагает материал, содержащий основные категории и методы, направленные на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией; периодически демонстрирует знания основных требований социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени схематичный характер.
-----------	---

Уровень 2	Студент достаточно и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: демонстрирует знания основных требований социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако межпредметные связи устанавливаются лишь по наводящим вопросам преподавателя.
Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией. Студент аргументировано составляет представление о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент периодически соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; фрагментарно учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности взаимодействия в коллективе; в целом верно использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; может назвать основные приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ не содержит грубых ошибок, однако характеризуется фрагментарностью и поверхностностью.
Уровень 2	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия
Уровень 3	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент осознанно и аргументировано соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; свободно анализирует логику рассуждения в чужом и собственном текстах; адекватно учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует владение некоторыми методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; отдельными способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответы студента в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны.
Уровень 2	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий.

**ОК-9: Готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент периодически демонстрирует знания основных требований социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей; может описать некоторые приемы и методы составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени схематичный характер
Уровень 2	Студент достаточно и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией; в целом аргументировано описывает приемы и методы составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако межпредметные связи устанавливаются лишь по наводящим вопросам преподавателя.

Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: логичность, ясность, учет целевой аудитории и канала коммуникации, системы и способов взаимодействия с общественностью. Студент аргументировано видит и приводит различия приемов и методов составления и обработки научного, научно-популярного и медийного текста о роли природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации; различает основные формы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. В ответе прослеживается самостоятельность суждений и наличие содержательных межпредметных связей.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент периодически соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; может назвать основные приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ не содержит грубых ошибок, однако характеризуется фрагментарностью и поверхностностью.
Уровень 2	Студент в целом верно использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; использует основные приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ студента соответствует основным требованиям, однако отличается недостаточной системностью и глубиной.
Уровень 3	Студент адекватно учитывает социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия; использует навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; использует приемы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение системой категорий и методов принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий.
Уровень 4	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя
Уровень 5	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение системой категорий и методов принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера; способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий.

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- систему категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией;
3.1.2	- социальные, этнические, конфессиональные и культурные особенности представителей тех или иных социальных общностей;
3.1.3	- роль природоохранных мероприятий и ресурсосберегающих технологий в обществе и организации;
3.1.4	- основные формы и методы информирования производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- составлять медийные, научные, научно-популярные и журналистские тексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению;
3.2.2	- анализировать предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах;
3.2.3	- учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия;

3.2.4	- использовать навыки выстраивания устной и письменной коммуникации в профессиональной и общественной деятельности по реализации экологических принципов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды;
3.2.5	- налаживать информирование производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью;
3.3.2	- методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера;
3.3.3	- способами применения ПР-технологий в предотвращении стихийного распространения информации среди производственного персонала и населения о возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Общие понятия в психологии массовой коммуникации</b>						
1.1	Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы. /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.2	Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы. /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.3	Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы. /Ср/	3	20	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.4	Цепь массовой коммуникации (источник, сообщение, средства массовой коммуникации, аудитория, эффект, ситуативные составляющие). /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.5	Цепь массовой коммуникации (источник, сообщение, средства массовой коммуникации, аудитория, эффект, ситуативные составляющие). /Пр/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	1	
1.6	Цепь массовой коммуникации (источник, сообщение, средства массовой коммуникации, аудитория, эффект, ситуативные составляющие). /Ср/	3	20	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.7	Массовая коммуникация как сфера информационной деятельности. Основные виды и цели массовой коммуникации /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.8	Массовая коммуникация как сфера информационной деятельности. Основные виды и цели массовой коммуникации /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	1	

1.9	Массовая коммуникация как сфера информационной деятельности. Основные виды и цели массовой коммуникации /Ср/	3	16	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.10	Средства и каналы массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, графические средства, компьютерные системы. /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.11	Средства и каналы массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, графические средства, компьютерные системы. /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	1	
1.12	Средства и каналы массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, графические средства, компьютерные системы. /Ср/	3	10	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
<b>Раздел 2. Коммуникация: личность и творчество.</b>							
2.1	Личность журналиста-международника /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	0	
2.2	Личность журналиста-международника /Пр/	3	1	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	1	
2.3	Личность журналиста-международника /Ср/	3	12	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	0	
2.4	Основы имиджологии, психология творчества в массовой коммуникации /Лек/	3	2	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.6 Л3.1	0	
2.5	Основы имиджологии, психология творчества в массовой коммуникации /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.6 Л3.1	2	
2.6	Основы имиджологии, психология творчества в массовой коммуникации /Ср/	3	12	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.6 Л3.1	0	
<b>Раздел 3. Инструменты и процесс коммуникации.</b>							
3.1	Установка, стереотипизация массового сознания, имиджи в коммуникации и имидж России. /Лек/	3	2	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	0	
3.2	Установка, стереотипизация массового сознания, имиджи в коммуникации и имидж России. /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	0	
3.3	Установка, стереотипизация массового сознания, имиджи в коммуникации и имидж России. /Ср/	3	18	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1	0	
3.4	Психология процесса коммуникации (внимание, восприятие, понимание, память). /Лек/	3	1	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.6 Л3.1	0	
3.5	Психология процесса коммуникации (внимание, восприятие, понимание, память). /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.6 Л3.1	0	
3.6	Психология процесса коммуникации (внимание, восприятие, понимание, память). /Ср/	3	20	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.6 Л3.1	0	

3.7	Проблема эффективности массовой коммуникации, общественное мнение и массовое поведение, процесс глобализации массовой коммуникации /Лек/	3	2	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
3.8	Проблема эффективности массовой коммуникации, общественное мнение и массовое поведение, процесс глобализации массовой коммуникации /Пр/	3	2	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	2	
3.9	Проблема эффективности массовой коммуникации, общественное мнение и массовое поведение, процесс глобализации массовой коммуникации /Ср/	3	20	ОК-5 ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
3.10	/ЗачётСОц/	3	4			0	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

#### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

#### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, контрольная работа, практическая работа, эссе

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Березин Валерий Матвеевич	Массовая коммуникация : сущность, каналы, действия	М.: РИП-Холдинг, 2003	10
Л1.2	Назаров М. М.	Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований	М.: Едиториал УРСС, 2003	7
Л1.3	Харрис Р.	Психология массовых коммуникаций	СПб.: прайм-Еврознак, 2003	19
Л1.4	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Москва: Аспект Пресс, 2012	5
Л1.5	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2013	53

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Бакулев Г. П.	Массовая коммуникация: западные теории и концепции	М.: Аспект Пресс, 2005	2
Л2.2	Артемов В. Л.	Массовая коммуникация и массовое сознание: сборник научных статей	М.: МГИМО - Университет, 2002-_____	1
Л2.3	Шестопал Е. Б.	Политическая психология: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 020200 "Политология"	М.: Аспект Пресс, 2010	15
Л2.4	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013	5

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.5	Тавокин Е. П.	Массовая коммуникация как научная категория	Москва: Издательство Российской Академии Государственной службы при Президенте РФ (РАГС), 2005	1
Л2.6	Руденко А. М., Литвинова А. В.	Психология массовых коммуникаций: Учебник	Москва: Издательский Центр РИО□, 2017	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Антонова Н. В.	Психология массовых коммуникаций: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» <a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a>			
Э2	Реферативные журналы ИНИОН РАН «Социальные и гуманитарные науки Отечественная и зарубежная литература» <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>			
Э3	<a href="http://www.vesti.ru">http://www.vesti.ru</a> – телеканал «Вести 24»			
Э4	<a href="http://www.interfax.ru">http://www.interfax.ru</a> - Информационное агентство «Интерфакс»			
Э5	<a href="http://itar-tass.com/">http://itar-tass.com/</a> - Информационное агентство ИТАР-ТАСС			
Э6	<a href="http://www.ng.ru">http://www.ng.ru</a> – периодическое электронное издание «Независимая газета»			
Э7	<a href="http://www.1tv.ru/">http://www.1tv.ru/</a> - Первый канал. Официальный сайт			
Э8	<a href="http://www.rg.ru">http://www.rg.ru</a> - «Российская газета»			
Э9	<a href="http://bd.fom.ru/cat/smi">http://bd.fom.ru/cat/smi</a> - Фонд «Общественное мнение» (о СМИ)			

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;			
6.3.1.2	браузеры			
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013			

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс			

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.			
-----	---	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2				
-----------------------------	--	--	--	--

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



## Основы теории коммуникации

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития	
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах: зачеты с оценкой 1
в том числе:		
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	126	
часов на контроль	4	

#### Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	рзд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	126	126	126	126
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	сформировать у студентов целостное представление о феномене социальной коммуникации; умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации; обеспечить изучение основ коммуникативного знания и специфики коммуникаций в различных сферах социальной жизни; освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации; освоение аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Основы связей с общественностью	
2.1.2	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики	
2.1.3	Иностранный язык	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Корпоративная газета	
2.2.2	Корпоративная культура	
2.2.3	Межкультурная коммуникация	
2.2.4	Словесное творчество	
2.2.5	Выпуск учебной газеты	
2.2.6	Копирайтинг	
2.2.7	Основы тележурналистики	
2.2.8	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	
2.2.9	Психология карьеры	
2.2.10	Психология массовых коммуникаций	
2.2.11	Психология управления	
2.2.12	Социальная психология	
2.2.13	Социология массовых коммуникаций	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент в основном верно излагает материал, содержащий основные категории и методы, направленные на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией; периодически демонстрирует знания основных терминов и понятий, может описать некоторые теории коммуникации и информации; студент ориентируется в разновидностях коммуникации (виды, типы, формы, модели), теоретических основ производства, передачи и прохождения информации. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени схематичный характер.
Уровень 2	Студент достаточно глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: логичность, ясность, учет целевой аудитории и канала коммуникации, системы мер и способов взаимодействия с общественностью; демонстрирует знания основных терминов и понятий, аргументировано составляет представление о важных теориях коммуникации и информации; студент видит разновидности коммуникации (виды, типы, формы, модели), теоретические основы производства, передачи и прохождения информации. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако межпредметные связи устанавливаются лишь по наводящим вопросам преподавателя.
Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий систему категорий и методов, направленных на формирование и установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией: логичность, ясность, учет целевой аудитории и канала коммуникации, системы и способов взаимодействия с общественностью. Студент легко использует основные термины и понятия, знает и аргументировано составляет представление о важнейших теориях коммуникации и информации; видит и приводит различия приемов и разновидностей коммуникации (виды, типы, формы, модели); теоретических основ производства, передачи и прохождения информации. В ответе прослеживается самостоятельность суждений и наличие содержательных межпредметных связей.

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент периодически соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; может уловить логику рассуждения в чужом и собственном текстах; фрагментарно обосновывает сущность, функции, типы, виды, формы и модели массовой коммуникации; может осуществлять некоторые стадии коммуникативного процесса, в целом правильно выстраивает речь, применяя в практике речевой коммуникации правила семиотики языка; может назвать основные типы знаков и символов, иногда устанавливать обратную связь с аудиторией и устранять препятствия на пути прохождения информации. Ответ не содержит грубых ошибок, однако характеризуется фрагментарностью и поверхностностью.
Уровень 2	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; демонстрирует умение анализировать логику рассуждения в чужом и собственном текстах; в целом адекватно обосновывает сущность, функции, типы, виды, формы и модели массовой коммуникации; последовательно осуществлять все стадии коммуникативного процесса, правильно выстраивает речь, применяя в практике речевой коммуникации правила семиотики языка; умеет эффективно различать используемые в общении различные типы знаков и символов, устанавливать обратную связь с аудиторией и устранять препятствия на пути прохождения информации. Ответ студента соответствует основным требованиям, однако отличается недостаточной системностью и глубиной.
Уровень 3	При составлении медийных, научных и научно-популярных и журналистских текстов студент осознанно и аргументированно соблюдает законы логики и требования к правильному мышлению с учетом целевой аудитории; свободно анализирует логику рассуждения в чужом и собственном текстах; адекватно обосновывает сущность, функции, типы, виды, формы и модели массовой коммуникации; последовательно осуществлять все стадии коммуникативного процесса, правильно выстраивает речь, применяя в практике речевой коммуникации правила семиотики языка; умеет эффективно различать используемые в общении различные типы знаков и символов, устанавливать обратную связь с аудиторией и устранять препятствия на пути прохождения информации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует владение определенным набором категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; некоторыми приемами построения дискурса в соответствии с выбранным коммуникативным кодом и господствующими в данном обществе нормами и правилами общения; с помощью преподавателя способен выбирать, сочетать и варьировать в процессе коммуникационных актов основные средства коммуникации в связи с изменяющимися условиями. Ответы студента в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны.
Уровень 2	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; пользуется основными приемами построения дискурса в соответствии с выбранным коммуникативным кодом и господствующими в данном обществе нормами и правилами общения; умеет выбирать, сочетать и варьировать в процессе коммуникационных актов различные средства коммуникации в связи с изменяющимися условиями. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя.
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; легко пользуется приемами построения дискурса в соответствии с выбранным коммуникативным кодом и господствующими в данном обществе нормами и правилами общения; уверенно умеет выбирать, сочетать и варьировать в процессе коммуникационных актов различные средства коммуникации в связи с изменяющимися условиями.

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	систему категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	составлять медийные, научные, научно-популярные и журналистские тексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению; анализировать предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
-------------	---	----------------	-------	-------------	------------	------------	------------

	<b>Раздел 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации</b>						
1.1	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации /Лек/	1	2	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации /Пр/	1	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации /Ср/	1	26	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
	<b>Раздел 2. Коммуникационный процесс</b>						
2.1	Коммуникационный процесс /Лек/	1	2	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Коммуникационный процесс /Пр/	1	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Коммуникационный процесс /Ср/	1	10	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
	<b>Раздел 3. Виды коммуникации. Вербальная коммуникация</b>						
3.1	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация /Лек/	1	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
3.2	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация /Пр/	1	3	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	2	
3.3	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация /Ср/	1	45	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
	<b>Раздел 4. Виды коммуникации. Невербальная коммуникация</b>						
4.1	Виды коммуникации. Невербальная коммуникация /Лек/	1	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
4.2	Виды коммуникации. Невербальная коммуникация /Пр/	1	3	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	2	
4.3	Виды коммуникации. Невербальная коммуникация /Ср/	1	45	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	
4.4	/Контр.раб./	1	2			0	
4.5	/ЗачётСОц/	1	2			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>
Устный опрос, практические задания, защита реферата; контрольная работа

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Гнатюк О. Л.	Основы теории коммуникации: допущено УМО по направлениям педагогического образования в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050400 "Социально-экономическое образование"	Москва: КноРус, 2012	10
Л1.2	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013	20

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Гавра Д. П.	Основы теории коммуникации: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.2	Гойхман О. Я., Гончарова Л. М., Дубинский В. И., Апарина Т. А.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012	1
Л2.3	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013	1
Л2.4	Гойхман О.Я.	Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018	1
Л2.5	Шарков Ф. И., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017	1

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Качалова С. М.	Основы теории коммуникации: Методические рекомендации к учебному курсу	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012	1
Л3.2	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью
Э2	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью.

ЭЗ	Советник. Популярный сайт о PR.
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>	
6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМП

Е.В. Коловалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

## Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития		
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере		
Квалификация	Бакалавр		
Форма обучения	заочная		
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	180	Виды контроля на курсах: экзамены 3	
в том числе:			
аудиторные занятия	16		
самостоятельная работа	155		
часов на контроль	9		

#### Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рид		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	155	155	155	155
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Целью учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (реклама и связи с общественностью)» является освоение студентами основных теоретических положений и приобретение практических навыков в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций. Поставленная цель конкретизируется посредством:
1.2	- изучения системы интегрированных коммуникативных технологий и взаимосвязи рекламы, связей с общественностью и маркетинга;
1.3	- формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью и маркетинге;
1.4	- освоения знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса;
1.5	- создание условий для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на управления имиджем и репутацией через различные каналы коммуникации, включая Интернет-коммуникации.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, обществознанию информационным технологиям в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий, а также знания и умения полученные в ходе изучения дисциплин:
2.1.2	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.1.3	Психология массовых коммуникаций
2.1.4	Социология массовых коммуникаций
2.1.5	Теория и практика массовой информации
2.1.6	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2.1.7	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.1.8	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур
2.1.9	Теория и практика рекламы
2.1.10	Корпоративная культура
2.1.11	Основы маркетинга
2.1.12	Спонсоринг и фандрайзинг
2.1.13	Межкультурная коммуникация
2.1.14	Основы связей с общественностью
2.1.15	Основы теории коммуникации
2.1.16	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.1.17	Психология массовых коммуникаций
2.1.18	Социология массовых коммуникаций
2.1.19	Теория и практика массовой информации
2.1.20	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2.1.21	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.1.22	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур
2.1.23	Теория и практика рекламы
2.1.24	Корпоративная культура
2.1.25	Основы маркетинга
2.1.26	Спонсоринг и фандрайзинг
2.1.27	Межкультурная коммуникация
2.1.28	Основы связей с общественностью
2.1.29	Основы теории коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.2.2	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.3	Немедийные коммуникации
2.2.4	Бизнеспланирование

2.2.5	Репутация организации
2.2.6	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
2.2.7	Консалтинг в связях с общественностью
2.2.8	Брендинг
2.2.9	Теория и практика массовой информации

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	В совершенстве, на высоком профессиональном уровне знает методы и технологии решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 2	На хорошем уровне знает методы и технологии решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 3	На удовлетворительном уровне знает методы и технологии решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 4	Не знает методы и технологии решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	На высоком профессиональном уровне, самостоятельно умеет применять различные методы и технологии для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 2	На хорошем уровне, самостоятельно умеет применять различные методы и технологии для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 3	На удовлетворительном уровне, под контролем умеет применять различные методы и технологии для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 4	Не умеет применять различные методы и технологии для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	На высоком профессиональном уровне владеет способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 2	На хорошем уровне владеет способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 3	На удовлетворительном уровне владеет способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Уровень 4	Не владеет способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия основываясь на технологиях интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
3.1.2	- роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;
3.1.3	- основы социологических исследований;
3.1.4	- правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;
3.1.5	- основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>

3.2.1	- применять инструменты СО и рекламы в различных СО и рекламных технологиях, основные выводы и следствия наук, значимых для связей с общественностью; создавать рекламный и СО-контент на различных носителях.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
3.3.2	- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; навыками подготовки проектной документации (технико- экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
3.3.3	- навыками создания и размещения рекламных и PR-текстов, организации рекламных и PR-кампаний и мероприятий.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.</b>						
1.1	Связи с общественностью как область знаний и сфера профессиональной деятельности /Лек/	3	0,5	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.2	Связи с общественностью как область знаний и сфера профессиональной деятельности /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.3	Связи с общественностью как область знаний и сфера профессиональной деятельности /Ср/	3	15	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.4	Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента /Лек/	3	0,5	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.5	Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.6	Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента /Ср/	3	16	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.7	Современные интегрированные практики в различных сферах коммуникативного пространства /Лек/	3	0,5	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.8	Современные интегрированные практики в различных сферах коммуникативного пространства /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	1	
1.9	Современные интегрированные практики в различных сферах коммуникативного пространства /Ср/	3	24	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
	<b>Раздел 2. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.</b>						
2.1	Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности /Лек/	3	0,5	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	0	
2.2	Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	1	
2.3	Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	0	
2.4	Реклама в системе маркетинга и менеджмента /Лек/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	0	
2.5	Реклама в системе маркетинга и менеджмента /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	1	

2.6	Реклама в системе маркетинга и менеджмента /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.4	0	
<b>Раздел 3. Интегрированные маркетинговые коммуникации.</b>							
3.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации как обмен знаками (семиотика) /Лек/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.2	Интегрированные маркетинговые коммуникации как обмен знаками (семиотика) /Пр/	3	2	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	1	
3.3	Интегрированные маркетинговые коммуникации как обмен знаками (семиотика) /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.4	Символика, товар, бренд /Лек/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.5	Символика, товар, бренд /Пр/	3	2	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	1	
3.6	Символика, товар, бренд /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.7	Управление имиджем и эффективность связей с общественностью и рекламы /Лек/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.8	Управление имиджем и эффективность связей с общественностью и рекламы /Пр/	3	1	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	1	
3.9	Управление имиджем и эффективность связей с общественностью и рекламы /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
3.10	/Экзамен/	3	9	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в приложении 1.

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в приложении 1.

### 5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль: устный опрос, письменная контрольная работа (эссе), решение практико-ориентированных задач, творческая работа, тестирование, составление глоссария, творческие задания (составление буклета, плаката).  
Промежуточный контроль: экзамен - проверка выполнения письменных контрольных работ (эссе), устное собеседование.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Коноваленко М. Ю.	Основы интегрированных коммуникаций: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.2	Синяева И. М.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Коноваленко М. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.2	Музыкант В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Бирюкова Н. С., Шевкунов А. Н.	Подготовка доклада и основные формы публикаций: методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2009	1
Л3.2	Денисова Т. Ю.	Реклама и связи с общественностью в политической сфере: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	1
Л3.3	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: решение практико-ориентированных задач: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	1
Л3.4	Шевкунов А. Н.	Рекламно-информационные технологии в сфере НХК: раздел: управление системой продвижения любительского театра	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Outdoor.ru – специализированный портал, посвященный наружной рекламе. Точка доступа: <a href="http://www.outdoor.ru/">http://www.outdoor.ru/</a>			
Э2	Конкурс на получение премии в области связей с общественностью. Режим доступа: <a href="http://www.pg-proba.ru/">http://www.pg-proba.ru/</a>			
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью. Режим доступа: <a href="http://www.raso.ru/">http://www.raso.ru/</a>			
Э4	Ресурсы социальной рекламы. Режим доступа: <a href="http://www.1soc.ru/">http://www.1soc.ru/</a>			

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - <a href="http://www.consultant.ru/">www.consultant.ru/</a>			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - <a href="http://www.garant.ru/">www.garant.ru/</a>			

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Материально-техническое обеспечение дисциплины «Теория и практика рекламы» предполагает наличие аудитории, оборудованной мультимедийным проектором и соответствующими компонентами для его полноценного функционирования			
-----	--	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

См. приложение 2				
------------------	--	--	--	--

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Директор по УМР

С.В. Котова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

## Теория и практика рекламы

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	12
самостоятельная работа	128
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:  
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рлд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	128	128	128	128
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Целью освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» являются: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламно-информационного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей, задач рекламной деятельности, места рекламы в системе комплекса маркетинговых коммуникаций, что предполагает:
1.2	- изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы;
1.3	- получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении бизнес-целей организации;
1.4	- изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности;
1.5	- определение места и роли рекламы в системе продвижения, включая новейшие коммуникационные средства и методы;
1.6	- формирование у студентов способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам по выбору направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения следующих дисциплин:	
2.1.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
2.1.3	Психология общения и принципы ведения переговоров	
2.1.4	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью	
2.1.5	Основы маркетинга	
2.1.6	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	
2.1.7	Основы теории коммуникации	
2.1.8	Русский язык и культура речи	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Освоение дисциплины «Теория и практика рекламы» является условием для овладения знаниями, умениями и навыками по образовательным программам следующих дисциплин:	
2.2.2	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур	
2.2.3	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	
2.2.4	Социология массовых коммуникаций	
2.2.5	Психология массовых коммуникаций	
2.2.6	Теория и практика массовой информации	
2.2.7	Брендинг	
2.2.8	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	
2.2.9	Репутация организации	
2.2.10	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-3: Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности****Знать:**

Уровень 1	Способы, методы, технологии использования экономических знаний в области теории и практики рекламы в различных сферах жизнедеятельности.
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	Использовать экономические знания в области теории и практики рекламы в различных сферах жизнедеятельности.
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	Навыком использования экономических знаний в области теории и практики рекламы в различных сферах жизнедеятельности.
-----------	--

**ОПК-1: Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Содержание профессиональных функций в области рекламы в различных структурах.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в различных структурах.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками необходимыми для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в различных структурах.

#### **ОПК-4: Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Технологии и виды планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий в области теории и практики рекламы.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в области теории и практики рекламы
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками необходимыми для планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий в области теории и практики рекламы.

#### **ОПК-5: Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Технологии, этапы и методы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в области теории и практики рекламы.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в области теории и практики рекламы.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками необходимыми для проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий в области теории и практики рекламы.

#### **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**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Схему подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы с целью формирования общего мирового научного, образовательного и культурноинформационного пространства, трансляции и сохранения в нем культурного наследия народов России, достижений в различных видах народного художественного творчества.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Подготавливать к выпуску текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы с целью формирования общего мирового научного, образовательного и культурноинформационного пространства, трансляции и сохранения в нем культурного наследия народов России, достижений в различных видах народного художественного творчества.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Технологией подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы с целью формирования общего мирового научного, образовательного и культурноинформационного пространства, трансляции и сохранения в нем культурного наследия народов России, достижений в различных видах народного художественного творчества.

#### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- определение рекламы и ее роль в экономике;
3.1.2	- историю возникновения современной рекламы и историю проторекламы;
3.1.3	- роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
3.1.4	- основные цели и функции рекламы;
3.1.5	- результаты воздействия рекламы;
3.1.6	- терминологию рекламного бизнеса;
3.1.7	- классификацию рекламы;

3.1.8	- основы законодательного регулирования рекламной деятельности;
3.1.9	- технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании;
3.1.10	- внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя
3.1.11	- формы и виды незаконной и мошеннической практики в рекламе;
3.1.12	- схему подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
3.1.13	- технологии осуществления рекламных кампаний и мероприятий;
3.1.14	- технологии осуществления подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, в том числе в рамках традиционных и современных средств рекламы.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- подготавливать к выпуску текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
3.2.2	- планировать и под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
3.2.3	- использовать знания в области рекламы в сфере профессиональной деятельности;
3.2.4	- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
3.2.5	- осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- технологией подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, в том числе в рамках традиционных и современных средств рекламы;
3.3.2	- способностями под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
3.3.3	- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
3.3.4	- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
3.3.5	- способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий в области рекламы, обеспечивать их качество и эффективность.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Теория и практика рекламы</b>						
1.1	Определение рекламы и ее роль в экономике. Цели, задачи и основные функции рекламы. /Лек/	3	0,5	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Определение рекламы и ее роль в экономике. Цели, задачи и основные функции рекламы. /Пр/	3	1	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Определение рекламы и ее роль в экономике. Цели, задачи и основные функции рекламы. /Ср/	3	8	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.4	История рекламы. Современная и протореклама. /Лек/	3	0,5	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.5	История рекламы. Современная и протореклама. /Пр/	3	1	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.6	История рекламы. Современная и протореклама. /Ср/	3	8	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.7	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. /Лек/	3	0,5	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	
1.8	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. /Пр/	3	1	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	
1.9	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. /Ср/	3	8	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	
1.10	Терминология рекламного бизнеса. Классификация рекламы. /Лек/	3	0,5	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	

1.11	Терминология рекламного бизнеса. Классификация рекламы. /Пр/	3	1	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	
1.12	Терминология рекламного бизнеса. Классификация рекламы. /Ср/	3	16	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.4 Л3.1 Л3.2	0	
1.13	Внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя. /Лек/	3	0,5	ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.14	Внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя. /Пр/	3	0,5	ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.15	Внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя. /Ср/	3	8	ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.16	Текстовая реклама: основа, терминология и этапы создания. /Лек/	3	0,5	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.17	Текстовая реклама: основа, терминология и этапы создания. /Пр/	3	0,5	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.18	Текстовая реклама: основа, терминология и этапы создания. /Ср/	3	16	ОК-3 ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.19	Технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании. /Лек/	3	0,5	ОПК-1 ОПК-4 ОПК-5 ПК-8	Л1.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
1.20	Технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-4 ОПК-5 ПК-8	Л1.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
1.21	Технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании. /Ср/	3	28	ОПК-1 ОПК-4 ОПК-5 ПК-8	Л1.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
1.22	Дизайн рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности. /Лек/	3	0	ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.23	Дизайн рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности. /Пр/	3	1	ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.24	Дизайн рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности. /Ср/	3	28	ОПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Л3.2	0	
1.25	Общественная критика рекламы. /Лек/	3	0,5	ОК-3	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.26	Общественная критика рекламы. /Пр/	3	1	ОК-3	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.27	Общественная критика рекламы. /Ср/	3	8	ОК-3	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.2	0	
1.28	/Зачёт/	3	4	ОК-3 ОПК-1 ОПК-4 ОПК-5 ПК-8	Л1.1 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Л3.2	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в приложении 1.

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в приложении 1.

### 5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль: устный опрос, письменная контрольная работа (эссе), практическая (творческая) работа - создание рекламы.

Промежуточный контроль: зачет - проверка выполнения письменных контрольных работ (эссе), проверка выполнения практической (творческой) работы - создание рекламы.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шишова Н. В., Акулич Т. В., Подопригора А. С.	Теория и практика рекламы: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1
Л2.2	Марк Тангейт, Зотагин А., Ибрагимов В.	Всемирная история рекламы	Москва: Альпина Паблишер, 2015	1
Л2.3	Васильева Л. А.	Реклама: Учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016	1
Л2.4	Иванов А., Суворова П.	Бесплатная реклама: Результат без бюджета	Москва: Альпина Паблишер, 2016	1
Л2.5	Бердышев С.Н.	Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л2.6	Голуб О.Ю.	Социальная реклама: учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Реклама и связи с общественностью в политической сфере: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	78
Л3.2	Шевкунов А. Н.	Рекламно-информационные технологии в сфере НХК: раздел: управление системой продвижения любительского театра	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2016	30

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Образцы рекламных текстов. Точка доступа: <a href="http://xn----8sbigxdeibpcsehd7c.xn--p1ai/texty/67">http://xn----8sbigxdeibpcsehd7c.xn--p1ai/texty/67</a> - образцы-рекламных текстов			
----	---	--	--	--

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс			

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью; наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернету; компьютерный мультимедийный проектор.			
-----	--	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

См. приложение 2.

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



## Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	14
самостоятельная работа	121
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:  
экзамены 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	ред		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	121	121	121	121
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	сформировать систему знаний о структуре отделов рекламы и связей с общественностью; функциональных обязанностей сотрудников данных подразделений; понимание места и роли отделов в организации
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы связей с общественностью
2.1.2	Основы теории коммуникации
2.1.3	Основы тележурналистики
2.1.4	Корпоративная культура
2.1.5	Основы маркетинга
2.1.6	Межкультурная коммуникация
2.1.7	Социальная психология
2.1.8	Теория и практика рекламы
2.1.9	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.1.10	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур
2.1.11	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.1.12	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Коммуникации в постиндустриальном обществе
2.2.2	Пресс-служба
2.2.3	Репутация организации
2.2.4	Медиапланирование
2.2.5	Консалтинг в связях с общественностью

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОПК-1: Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах****Знать:**

Уровень 1	Студент демонстрирует знания по данной дисциплине не структурированные. Ответ носит скорее формальный, размытый характер
Уровень 2	Теоретические знания основательные, с небольшими погрешностями: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и PR-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированные.
Уровень 3	Студент показывает отличное знание теоретического материала: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и PR-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний; механизм взаимодействия со средствами массовой информации, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры.

**Уметь:**

Уровень 1	Студент плохо умеет использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуаций. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи.
Уровень 2	Студент умеет хорошо использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы

	установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента, по моделируемой ситуации, в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны.
Уровень 2	Ответ студента, по моделируемой ситуации, соответствует основным критериям, но для более детализированного ответа требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение: технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий. Способен использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия, способностью работать в группах в качестве исполнителя при организации мероприятия; методами коммуникации с руководящим составом организации, СМИ, рекламными агентствами. Использует в практической работе полученные знания.

### ОПК-2: Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связи с общественностью

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует знания по данной дисциплине не структурированные. Ответ носит скорее формальный, размытый характер
Уровень 2	Теоретические знания основательные, с небольшими погрешностями: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и ПР-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированные.
Уровень 3	Студент показывает отличное знание теоретического материала: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и ПР-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний; механизм взаимодействия со средствами массовой информации, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент плохо умеет использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуаций. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи
Уровень 2	Студент умеет хорошо использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента, по моделируемой ситуации, в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны
Уровень 2	Теоретические знания основательные, с небольшими погрешностями: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и ПР-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированы

Уровень 3	Студент показывает отличное знание теоретического материала: структуры, роли и места отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации; перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью; различные методы решения организационных, медийных и ПР-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний; механизм взаимодействия со средствами массовой информации, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры
-----------	--

#### ОПК-4: Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует не структурированные знания инструментария при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Ответ носит скорее формальный, размытый характер
Уровень 2	Теоретические знания основательные, с небольшими погрешностями. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания необходимого набора инструментария при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий структурированные
Уровень 3	Студент показывает отличное знание теоретического материала, дает структурированный и полный ответ необходимого набора инструментария при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент плохо умеет использовать использовать инструментарий при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуациях. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи. адекватно
Уровень 2	Студент умеет хорошо использовать инструментарий при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично использовать инструментарий при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента по базовым навыкам необходимыми для планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий моделируемой в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны
Уровень 2	Ответ студента по базовыми навыками необходимыми для планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий соответствует основным критериям, но для более детализированного ответа требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение базовыми навыками необходимыми для планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Способен использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Использует в практической работе полученные знания

#### ОПК-5: Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует не структурированные знания методов решения организационных, медийных вопросов в ходе проведения коммуникационные кампании и мероприятия. Ответ носит скорее формальный, размытый характер.
Уровень 2	Теоретические знания различных методов решения организационных, медийных вопросов в ходе проведения коммуникационные кампании и мероприятия основательные, с небольшими погрешностями. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированные
Уровень 3	Студент показывает отличное знание теоретического материала, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент плохо умеет использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуациях. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи
Уровень 2	Студент умеет хорошо ставить цель, разбивать задачи на этапы и находить пути решения вопросов и проблем при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично ставить цель, разбивать задачи на этапы и находить пути решения вопросов и проблем при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента о необходимом инструментарии для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий и моделируемой ситуации в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны
Уровень 2	Ответ студента, о необходимом инструментарии для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий и моделируемой ситуации, соответствует основным критериям, но для более детализированного ответа требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение: необходимым инструментарием для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий. Способен использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Использует в практической работе полученные знания

**ПК-6: Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует не структурированные знания методов создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации. Ответ носит скорее формальный, размытый характер
Уровень 2	Теоретические знания методов создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации основательные, с небольшими погрешностями. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированные.
Уровень 3	Студент показывает отличное знание методов создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент плохо умеет использовать пользоваться инструментарий для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуациях. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи.
Уровень 2	Студент умеет хорошо использовать инструментарий для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично использовать инструментарий для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации, коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по

	рекламе и связям с общественностью
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента о приемах и методах оценки эффективности мероприятий в области связей с общественностью и рекламы исходя из цели и задач по моделируемой ситуации, в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны
Уровень 2	Ответ студента о приемах и методах оценки эффективности мероприятий в области связей с общественностью и рекламы исходя из цели и задач по моделируемой ситуации, соответствует основным критериям, но для более детализированного ответа требуется помощь преподавателя
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение: приемами и методами оценки эффективности мероприятий в области связей с общественностью и рекламы исходя из цели и задач, технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий. Способен использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Использует в практической работе полученные знания.

**ПК-7: Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует не структурированные знания форм, этапов кампаний и мероприятий; задач, которые необходимо решить для успешного проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Ответ носит скорее формальный, размытый характер
Уровень 2	Теоретические знания форм, этапов кампаний и мероприятий; задач, которые необходимо решить для успешного проведения коммуникационных кампаний и мероприятий основательные, с небольшими погрешностями. Может смоделировать процесс работы отделов рекламы и связей с общественностью. Знания по вопросам курса - структурированные.
Уровень 3	Студент показывает отличное знание форм, этапов кампаний и мероприятий; задач, которые необходимо решить для успешного проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, дает структурированный и полный ответ. Характерна самостоятельность в суждениях, способность мыслить стратегически. Демонстрирует знания из списка дополнительной литературы. Может смоделировать задачу или процесс, в рамках данной дисциплины, привести конкретные примеры
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент плохо умеет предпринимать необходимые действия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Возникают сложности в применении на практике принципов установления деловых контактов. С помощью преподавателя, сложности преодолеваются. Умеет применять полученные знания, но не системно. У студента наступает ступор при моделировании практических ситуациях. С помощью подсказок и направления преподавателем, легче дается решение практической задачи.
Уровень 2	Студент умеет хорошо предпринимать необходимые действия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; возникают небольшие сложности в применении на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания, но не в полном объеме, в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью.
Уровень 3	Студент умеет отлично предпринимать необходимые действия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, использовать коммуникативные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия; применять на практике принципы установления деловых контактов. Умеет применять полученные знания в полном объеме в практических ситуациях, в том числе, использование методик планирования и осуществления кампаний по рекламе и связям с общественностью

<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Ответы студента, по моделируемой ситуации и навыками составления и реализацией бюджета исходя из цели и задач мероприятия, в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны
Уровень 2	Ответ студента, по моделируемой ситуации и навыками составления и реализацией бюджета исходя из цели и задач мероприятия, соответствует основным критериям, но для более детализированного ответа требуется помощь преподавателя.
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение: навыками составления и реализацией бюджета исходя из цели и задач мероприятия, технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий. Способен использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства ПР в различных формах взаимодействия. Использует в практической работе полученные знания.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- структуру, роль и место отделов рекламы и связей с общественностью в современной организации;

3.1.2	- перечень основных работ ответственность за которые несут отделы по рекламе и связям с общественностью;
3.1.3	- различные методы решения организационных, медийных и ПР-вопросов в ходе проведения коммуникационных кампаний;
3.1.4	- механизм взаимодействия со средствами массовой информации;
3.1.5	- узловые подходы в выработке бюджета;
3.1.6	- методы оценки эффективности;
3.1.7	- основные направления деятельности и перечень работ; возможные должности в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.1.8	- структуру отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные обязанности сотрудников;
3.1.9	- необходимый набор инструментария при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.1.10	- различные методы решения организационных, медийных вопросов в ходе проведения
3.1.11	коммуникационных кампаний и мероприятий
3.1.12	- методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации;
3.1.13	- формы, этапы кампаний и мероприятий; задачи, которые необходимо решить для успешного проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
3.1.14	
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков, бюджетов и реализации рекламных кампаний и коммуникационных мероприятий;
3.2.2	- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.2.3	- вести диалог на профессиональные темы, отстаивать свою точку зрения, объяснять суть процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
3.2.4	- адекватно использовать инструментарий при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.2.5	- ставить цель, разбивать задачи на этапы и находить пути решения вопросов и проблем при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.2.6	- пользоваться инструментарием для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации;
3.2.7	- предпринимать необходимые действия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- работы с рекламными и ПР-текстами, способностью работать в группах в качестве исполнителя при организации мероприятия; методами коммуникации с руководящим составом организации, СМИ, рекламными агентствами;
3.3.2	- навыками, необходимыми для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.3.3	- базовыми навыками необходимыми для работы в отделах рекламы и отделах связи с общественностью;
3.3.4	- базовыми навыками необходимыми для планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.3.5	- необходимым инструментарием для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.3.6	- приемами и методами оценки эффективности мероприятий в области связей с общественностью и рекламы исходя из цели и задач;
3.3.7	- навыками составления и реализацией бюджета исходя из цели и задач мероприятия

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Формы организации отделов рекламы и связей с общественностью</b>						
1.1	Формы организации отделов рекламы и связей с общественностью. Функциональные характеристики основных должностей отдела по связям с общественностью и отдела рекламы /Лек/	4	2	ОПК-1 ОПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	

1.2	Формы организации отделов рекламы и связей с общественностью. Функциональные характеристики основных должностей отдела по связям с общественностью и отдела рекламы /Пр/	4	2	ОПК-1 ОПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
1.3	Формы организации отделов рекламы и связей с общественностью. Функциональные характеристики основных должностей отдела по связям с общественностью и отдела рекламы /Ср/	4	30	ОПК-1 ОПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
<b>Раздел 2. Бюджет</b>							
2.1	Бюджет /Ср/	4	20	ОПК-2 ПК-7	Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
<b>Раздел 3. Организация работы ПР-подразделений со СМИ</b>							
3.1	Организация работы ПР-подразделений со СМИ /Лек/	4	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1	0	
3.2	Организация работы ПР-подразделений со СМИ /Пр/	4	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1	0	
3.3	Организация работы ПР-подразделений со СМИ /Ср/	4	25	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1	0	
<b>Раздел 4. Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий</b>							
4.1	Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий /Лек/	4	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
4.2	Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий /Пр/	4	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
4.3	Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий /Ср/	4	25	ОПК-4 ОПК-5 ПК-7	Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
<b>Раздел 5. Оценка эффективности</b>							
5.1	Оценка эффективности /Пр/	4	2	ОПК-2 ПК-6	Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.3 Л2.5 Л3.1	0	
5.2	Оценка эффективности /Ср/	4	21	ОПК-2 ПК-6	Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.3 Л2.5 Л3.1	0	
5.3	/Экзамен/	4	9			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1
<b>5.3. Фонд оценочных средств</b>
Представлены в Приложении 1
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>
Устный опрос, практические задания, контрольная работа

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Связи с общественностью: Теория и практика	М.: Дело, 2003	12
Л1.2	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Москва: Аспект Пресс, 2012	5
Л1.3	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013	5
Л1.4	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие	Москва: Аспект Пресс, 2012	1
Л1.5	Гундарин М. В.	Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2011	1
Л1.6	Панкратов Ф. Г.	Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп.	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1
Л1.7	Антипов К. В.	Основы рекламы	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Гундарин М. В.	Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации	СПб. [и др.]: Питер, 2006	7
Л2.2	Маслова В. М.	Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие	М.: Вузовский учебник, 2008	13
Л2.3	Синчурина М. Г., Терпугова Е. А.	Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама" и "Связи с общественностью"	М.: МГИМО-Университет, 2007	1
Л2.4	Кузнецов В. Ф.	Связи с общественностью. Теория и технологии: Учебник	Москва: Аспект Пресс, 2009	1
Л2.5	Карпова С. В.	Рекламное дело: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: решение практико-ориентированных задач: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	33

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	БД Сургутский Государственный университет «Книги» <a href="http://www.lb.surgu.ru/abis.php">http://www.lb.surgu.ru/abis.php</a>
Э2	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» <a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a>
Э3	Американское общество по связям с общественностью (PRSA) <a href="http://www.prsa.org/">http://www.prsa.org/</a>

Э4	Российская национальная библиография <a href="http://online.ebiblioteka.ru/bib_login/">http://online.ebiblioteka.ru/bib_login/</a>
Э5	Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС) <a href="http://www.akospr.ru/">http://www.akospr.ru/</a>
Э6	Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) <a href="https://www.ipra.org/">https://www.ipra.org/</a>
Э7	Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO) <a href="http://www.iccopr.com/">http://www.iccopr.com/</a>
Э8	Тулъчинский Г.Л. Оценка эффективности работы PR и рекламной служб // <a href="http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&amp;file=..">http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&amp;file=..</a>

### **6.3.1 Перечень программного обеспечения**

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

### **6.3.2 Перечень информационных справочных систем**

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

Е. В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

**Безопасность жизнедеятельности**  
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Безопасности жизнедеятельности</b>	
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	<b>Бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах: зачеты 3
в том числе:		
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	128	
часов на контроль	4	

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	128	128	128	128
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	формирование у студентов профессиональной культуры безопасности под которой понимается овладение личностью общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности и для успешного решения профессиональных задач, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Психология карьеры	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Производственная практика, преддипломная	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**

**Знать:**

Уровень 1	основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации,
-----------	--

**Владеть:**

Уровень 1	законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности;
-----------	--

**ОК-9: Готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий**

**Знать:**

Уровень 1	основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности.
-----------	--

**Владеть:**

Уровень 1	способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.
-----------	---

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Введение в безопасность</b>						
1.1	Основные понятия и определения /Лек/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
1.2	Оценка воздействия вредных веществ, содержащихся в воздухе /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
1.3	Основные понятия и определения /Ср/	3	12	ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
	<b>Раздел 2. Человек и техносфера</b>						
2.1	Человек и техносфера /Лек/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
2.2	Расчет общего освещения /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
2.3	Человек и техносфера /Ср/	3	16	ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
	<b>Раздел 3. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания</b>						
3.1	Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания /Лек/	3	0,5	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
3.2	расчет уровня шума в жилой застройке /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
3.3	Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
	<b>Раздел 4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения</b>						
4.1	Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения /Лек/	3	0,5	ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
4.2	Оценка радиационной обстановки /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
4.3	Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения /Ср/	3	14	ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
	<b>Раздел 5. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека</b>						

5.1	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека /Лек/	3	0,25	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
5.2	Устойчивость объектов при взрыве /Пр/	3	1	ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
5.3	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека /Ср/	3	18	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
<b>Раздел 6. Психофизиологические и эргономические основы безопасности</b>							
6.1	Психофизиологические и эргономические основы безопасности /Лек/	3	0,25	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
6.2	Психофизиологические и эргономические основы безопасности /Ср/	3	16	ОК-9	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
6.3	Расчет ионизирующего излучения /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
<b>Раздел 7. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации</b>							
7.1	Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации /Лек/	3	0,25	ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
7.2	расчет кратности воздухообмена /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
7.3	Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации /Ср/	3	18	ОК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
<b>Раздел 8. Управление безопасностью жизнедеятельности</b>							
8.1	Управление безопасностью жизнедеятельности /Лек/	3	0,25	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
8.2	Анализ производственного травматизма /Пр/	3	1	ОК-6 ОК-9	Л1.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	
8.3	Управление безопасностью жизнедеятельности /Ср/	3	18	ОК-6 ОК-9	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1	0	
8.4	/Зачёт/	3	4	ОК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Приведено в приложении 1

### 5.2. Темы письменных работ

Приведено в приложении 1

### 5.3. Фонд оценочных средств

Приведено в приложении 1

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, контрольная работа, устный опрос на зачете

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>				
<b>6.1.1. Основная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Белов С. В.	Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) в 2 ч. Часть 1: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.2	Белов С. В.	Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) в 2 ч. Часть 2: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Еременко В. Д., Остапенко В. С.	Безопасность жизнедеятельности: Учебное пособие	Москва: Российский государственный университет правосудия, 2016	1
Л2.2	Вишняков Я. Д.	Безопасность жизнедеятельности: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Вишняков Я. Д.	Безопасность жизнедеятельности. Практикум: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>				
Э1	Институт безопасности жизнедеятельности Портал МЧС России Информационный портал ОБЖ и БЖД: Всё о Безопасности Жизнедеятельности Сайт о поведении в экстремальной ситуации Международная Академия наук экологии и безопасности жизнедеятельности			
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>				
6.3.1.1	Операционная система Microsoft Office и пакет прикладных программ, доступ в интернет			
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>				
6.3.2.1	<a href="http://www.cntd.ru/">http://www.cntd.ru/</a> Профессиональные справочные системы. Национальный центр распространения информации ЕЭК ООН			
6.3.2.2	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> - Научная электронная библиотека			
6.3.2.3	<a href="http://www.rosmintrud.ru/">http://www.rosmintrud.ru/</a> Единая общероссийская справочно - информационная система по охране труда			
6.3.2.4	<a href="http://www.stroykonsultant.com/">http://www.stroykonsultant.com/</a> Строй Консультант			
<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
7.1	1.Аудиторный фонд;			
7.2	2.Мультимедийные средства.			
7.3	3.Законодательно-правовая поисковая системой.			
<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
Приведено в приложении 2				

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



## Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой

Учебный план bz420301-ССО-17-1.plz.xml  
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144  
в том числе:  
аудиторные занятия 28  
самостоятельная работа 107  
часов на контроль 9

Виды контроля на курсах:  
экзамены 3

#### Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		3		Итого	
	уп	рцд	уп	рцд		
Лекции	6	6	6	6	12	12
Практические	8	8	8	8	16	16
В том числе инт.			4	4	4	4
Итого ауд.	14	14	14	14	28	28
Контактная работа	14	14	14	14	28	28
Сам. работа	58	58	49	49	107	107
Часы на контроль			9	9	9	9
Итого	72	72	72	72	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	формирование у студентов, как у будущих специалистов по связям с общественностью, основных знаний, умений и навыков по организации и проведению маркетинговых исследований, способности проводить ситуационный анализ деятельности фирмы на рынке, используя экономические знания
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Основы маркетинга	
2.1.2	Основы связей с общественностью	
2.1.3	Корпоративная культура	
2.1.4	Межкультурная коммуникация	
2.1.5	Учебная практика, по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Коммуникации в постиндустриальном обществе	
2.2.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	
2.2.3	Консалтинг в связях с общественностью	
2.2.4	Бизнеспланирование	
2.2.5	Производственная практика, научно-исследовательская работа	
2.2.6	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе	
2.2.7	Информационные технологии в средствах массовой информации	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-3: Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности****Знать:**

Уровень 1	Частично знает и излагает материал, содержащий основные категории и методы ситуационного анализа и маркетинговых исследований. Демонстрирует частичные знания о процедурах, средствах обработки и анализа данных маркетинговых исследований. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени фрагментарный характер.
Уровень 2	Знает систему категорий и методов ситуационного анализа и маркетинговых исследований; демонстрирует знания о правилах и процедурах ситуационного анализа и маркетинговых исследований. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако затрудняется в выборе методов для их использования в связях с общественностью.
Уровень 3	Глубоко знает методологию маркетинговых исследований и ситуационного анализа: объекты и методику ситуационного анализа, проведение маркетингового исследования; раскрывает качественные и количественные методы исследования. Студент аргументировано анализирует правила, процедуры и методы ситуационного анализа и маркетинговых исследований, методы обработки маркетинговой информации и адаптирует ситуационный анализ и маркетинговые исследования к работе в связях с общественностью.

**Уметь:**

Уровень 1	Студент фрагментарно и поверхностно при составлении дизайна маркетинговых исследований и проведении ситуационного анализа соблюдает методологию, допускает существенные ошибки при решении ситуационных задач, фрагментарно демонстрирует умение использовать методику и технику маркетинговых исследований.
Уровень 2	Студент допускает несущественные ошибки при решении ситуационных задач, при составлении этапов маркетингового исследования, демонстрирует умение целенаправленно использовать методику и технику проведения исследований рынка. Ответ студента соответствует основным требованиям, однако отличается недостаточной системностью и глубиной.
Уровень 3	Студент осознанно и аргументированно может применять полученные знания, демонстрирует умение свободно и целенаправленно использовать методику и технику проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа для решения задач в связях с общественностью. Свободно разрабатывает дизайн маркетингового исследования общественного мнения предпочтений потребителей в коммерческой деятельности.

**Владеть:**

Уровень 1	Студент демонстрирует определенное владение методикой и техникой проведения и организации исследований общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях, испытывает трудности при подборе приемов и методов проведения ситуационного анализа, имеет недостаточные навыки обработки
-----------	---

	материала и представления его результатов.
Уровень 2	Студент демонстрирует уверенное владение методикой и техникой проведения и организации исследований общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях, приемами и методами проведения ситуационного анализа, навыками обработки материала и представления результатов. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя.
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение методикой и техникой проведения и организации исследований общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях, приемами и методами проведения ситуационного анализа, навыками обработки материала и представления результатов.

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	Содержание правил, процедур, виды маркетинговых исследований,
3.1.2	методы, технологию проведения маркетинговых исследований, средства сбора, способы обработки и анализа полученных данных,
3.1.3	методы и принципы ситуационного анализа и место их проведения в связях с общественностью
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей, общественного мнения;
3.2.2	разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
3.2.3	исследовать процессы социально-экономического развития, спроса, предпочтений потребителей
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	методикой и техникой проведения и организации маркетинговых исследований, общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;
3.3.2	навыками проведения ситуационного анализа

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Понятие и дизайн маркетинговых исследований</b>						
1.1	/Лек/	2	3	ОК-3	Л1.4 Л2.2 Л3.4	0	
1.2	/Пр/	2	4	ОК-3	Л1.3 Л2.4 Л3.2	0	
1.3	/Ср/	2	23	ОК-3	Л1.1 Л2.3 Л3.3	0	
	<b>Раздел 2. Ситуационный анализ и исследование рынка</b>						
2.1	/Лек/	2	3	ОК-3	Л1.5 Л2.5 Л3.1	0	
2.2	/Пр/	2	4	ОК-3	Л1.5 Л2.1 Л2.5 Л3.2	0	
2.3	/Ср/	2	35	ОК-3	Л1.2 Л2.3 Л3.3	0	
	<b>Раздел 3. Методы качественных исследований</b>						
3.1	/Лек/	3	2	ОК-3	Л1.4 Л2.2 Л3.4	0	
3.2	/Пр/	3	3	ОК-3	Л1.2 Л2.4 Л3.2	2	
3.3	/Ср/	3	17	ОК-3	Л1.3 Л2.4 Л3.2	0	
	<b>Раздел 4. Методы количественных исследований</b>						
4.1	/Лек/	3	2	ОК-3	Л1.4 Л2.2 Л3.4	0	
4.2	/Пр/	3	3	ОК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л3.3	2	
4.3	/Ср/	3	17	ОК-3	Л1.5 Л2.4 Л3.2	0	

	<b>Раздел 5. Исследование потребителей - общественность</b>						
5.1	/Лек/	3	2	ОК-3	Л1.1 Л2.2 Л3.1	0	
5.2	/Пр/	3	2	ОК-3	Л1.2 Л2.4 Л3.2	0	
5.3	/Ср/	3	15	ОК-3	Л1.3 Л2.3 Л3.3	0	
	<b>Раздел 6. Экзамен</b>						
6.1	/Экзамен/	3	9			0	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

#### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

#### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устные вопросы к экзамену; вопросы и задания к контрольной работе, к письменным заданиям; тесты; реферат; задания для ситуационных задач; устный опрос на экзамене

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Жильцова О. Н.	Маркетинговые исследования: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.2	Галицкий Е. Б.	Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.3	Азарова С. П.	Маркетинговые исследования: теория и практика: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Тюрин Д. В.	Маркетинговые исследования: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.5	Чернышева А. М.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Карасев А. П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.2	Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Токарев Б. Е.	Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов	Москва: Издательство "Магистр", 2013	1
Л2.4	Гришина В. Т.	Маркетинговые исследования: Практикум	Москва: Вузовский учебник, 2014	1
Л2.5	Чернышева А. М.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

##### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Каменева Н. Г., Поляков В. А.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2013	1
Л3.2	Герасимов Б. И., Мозгов Н. Н.	Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2014	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.3	Зайцев А. Г., Такмакова Е. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2015	1
Л3.4	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (материалы по методам исследования рынка, планированию в маркетинге и его инструментам, организации маркетинга, конкурентоспособности, товарной и ценовой политике, поведению потребителей, формированию спроса и стимулированию сбыта, рекламной деятельности и PR, вопросам международного маркетинга)
Э2	Журнал «Маркетинг PRO» (Журнал рассказывает обо всех новых маркетинговых технологиях, которые появляются в России, о том, как сегодня создаются бренды-лидеры и продукты-блокбастеры. Журнал первым замечает новые тренды и показывает то, каким будет маркетинг завтра).
Э3	"4r.ru" - Электронный журнал о маркетинге, теории и практике рекламного дела. Содержит материалы о результатах маркетинговых и рекламных исследований, информацию о работе рекламных фирм, PR- технологиях, интернет-рекламе и др.
Э4	Электронная библиотека деловой литературы ИД «Гребенников» (Электронная библиотека статей по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом)
Э5	Media Guide — портал о медиабизнесе для профессионалов - информация: новости рынка, интервью, аналитика, гид по рынку российских медиа и т.п.

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, Google Chrome)
6.3.1.2	Программы для демонстрации создания презентаций (например, Microsoft Power Point)

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочные информационные правовые базы: «Гарант», «Консультант», «Консультант-регион»
---------	--

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью.
7.2	Аудитория оснащена мобильными мультимедийными средствами.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2
-----------------------------

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

Е. В. Котова

22 июня 2017 г. Подпись УС №6

## Словесное творчество

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
аудиторные занятия	14
самостоятельная работа	54
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:  
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	рцд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Рассмотрение эстетической природы художественного произведения в аспекте языковых средств, а также контекстов, в которых оно функционирует.
1.2	Углубление знаний о языковой природе и функциях словесного творчества.
1.3	Совершенствование навыков анализа и критики художественного текста.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	Корпоративная газета
2.1.3	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Копирайтинг
2.2.2	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
2.2.3	Основы тележурналистики
2.2.4	Пресс-служба

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	Основные культурные коды, заложенные в художественных произведениях мировой литературы
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	Корректно интерпретировать тексты словесного творчества, Осуществлять коммуникацию с учетом картины мира, обусловленной индивидуальными особенностями и культурой коммуникантов
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	Навыком постановки цели коммуникации и выбора соответствующим эстетических возможностей слова для ее достижения
-----------	---

**ОПК-3: Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга**

**Знать:**

Уровень 1	Правила создания, анализа и критики текстов словесного творчества
-----------	---

**Уметь:**

Уровень 1	Создавать аналитические и критические тексты относительно художественных произведений
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	Навыком грамотно и логично излагать свои суждения о результатах словесного искусства в устной и письменной форме
-----------	--

**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:**

Уровень 1	Основы словесного творчества, основные межкультурные коды, заложенные в художественных произведениях мировой литературы, правила создания, анализа и критики текстов словесного творчества
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	Грамотно и логично излагать свои суждения о результатах словесного искусства для подготовки рекламной продукции
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	Навыком использования самостоятельно созданных аналитических и критических текстов относительно художественных произведений при подготовке рекламной продукции
-----------	--

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
------------	---------------

3.1.1	Основы словесного творчества
3.1.2	Основные межкультурные коды, заложенные в художественных произведениях мировой литературы
3.1.3	Правила создания, анализа и критики текстов словесного творчества
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	Корректно интерпретировать тексты словесного творчества, осуществлять коммуникацию с учетом картины мира, обусловленной индивидуальными особенностями и культурой юммуникантов
3.2.2	Создавать аналитические и критические тексты относительно художественных произведений
3.2.3	Грамотно и логично излагать свои суждения о результатах словесного искусства для подготовки рекламной продукции
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	Навыком постановки цели коммуникации и выбора соответствующиx эстетических возможностей слова для ее достижения
3.3.2	Навыком грамотно и логично излагать свои суждения о результатах словесного искусства в устной и письменной форме
3.3.3	Навыком использования самостоятельно созданных аналитических и критических текстов относительно художественных произведений при подготовке рекламной продукции

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Основы словесного творчества</b>						
1.1	Словесное искусство как диалог. Словесное искусство как мифотворчество /Лек/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.2	Картина мира в словесном искусстве /Пр/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.8 Л2.10 Л2.12 Л2.13 Л2.14	0	
1.3	Культурная значимость непонимания художественного текста /Ср/	1	12		Л1.2 Л1.3	0	
1.4	Герой в пространстве произведения /Пр/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.11 Л2.12 Л2.13	0	
1.5	Анализ системы героев в художественном произведении /Ср/	1	12	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.11 Л2.12 Л2.13	0	
1.6	Литературные направления и форма художественного сознания /Лек/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.7	Стилистика художественного произведения. Культура толкования художественного текста /Пр/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.11 Л2.12 Л2.13	0	
1.8	Литературоведческий анализ художественного произведения /Ср/	1	12	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.11 Л2.12 Л2.13	0	

	<b>Раздел 2. Основы литературной критики</b>						
2.1	Литературная критика как область литературного творчества на грани искусства и науки о литературе /Пр/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.11 Л2.12	0	
2.2	Жанры литературной критики /Пр/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
2.3	Критическая статья о художественном произведении /Ср/	1	18	ОК-5 ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4	0	
2.4	/Зачёт/	1	4			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль: практическое занятие, письменная самостоятельная работа

Промежуточный контроль: зачёт

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Хозиев В. Б., Хозиева М. В.	Словесное творчество: Экспериментальное учебное пособие для 7-11 классов	Сургут: Дефис, 2003	41
Л1.2	Недзвецкий В. А.	Русская литературная критика XVIII-XIX веков: Курс лекций	М.: Изд-во МГУ, 1994	7
Л1.3	Илюшин А. А., Вершинина Н. Л., Волкова Е. В., Крупчанов Л. М.	Введение в литературоведение: учебник для студентов высших учебных заведений	М.: Оникс, 2005	10

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Соловьев В. С.	Литературная критика	М.: Современник, 1990	2
Л2.2	Вяземский П. А.	Эстетика и литературная критика	М.: Искусство, 1984	1
Л2.3	Страхов Н. Н.	Литературная критика	М.: Современник, 1984	1
Л2.4	Дружинин А. В.	Литературная критика	М.: Сов.Россия, 1983	1
Л2.5	Аксаков К. С., Аксаков И.С.	Литературная критика	М.: Современник, 1981	1
Л2.6	Поспелов Г. Н.	Теория литературы: Учеб. для студентов филолог. спец. ун-тов	М.: Высш. шк., 1978	1
Л2.7	Хализев В. Е.	Теория литературы: Учеб. пособие для студ. ВУЗов	М.: Высш. шк., 1999	10
Л2.8	Сосновская О. В.	Теория литературы и практика читательской деятельности: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Педагогика и методика начального образования"	М.: Академия, 2008	10
Л2.9	Косиков Г. К.	Зарубежная эстетика и теория литературы XIX-XX вв.: трактаты, статьи, эссе	М.: Издательство Московского университета, 1987	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.10	Белянин В. П.	Психологическое литературоведение. Текст как отражение внутренних миров автора и читателя: Монография	Москва: Генезис, 2006	1
Л2.11	Крупчанов Л. М.	Введение в литературоведение: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.12	Козлов А. С.	Введение в литературоведение. Основы теории литературы: Учебник для бакалавров	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.13	Иглтон Т., Маяцкий М., Субботин Д., Бучкина Е.	Теория литературы: Введение	Москва: Издательский дом "Территория будущего", 2010	1
Л2.14	Белянин В.П.	Психологическое литературоведение. Текст как отражение внутренних миров автора и читателя: монография	Москва: Генезис, 2016	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Иванчихина Е. В.	Словесное творчество как источник подросткового развития	Сургут, 2002	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	<a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a> БД Сургутский Государственный университет «Книги»			
Э2	<a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a> БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»			
Э3	<a href="http://www.press-service.ru">http://www.press-service.ru</a> – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э4	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: <a href="http://www.sovetnik.ru">www.sovetnik.ru</a>			

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - <a href="http://www.consultant.ru/">www.consultant.ru/</a>			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - <a href="http://www.garant.ru/">www.garant.ru/</a>			

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Теле- и аудиоаппаратура, доступ к сети Интернет			
-----	---	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2				
-----------------------------	--	--	--	--

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



## Методы научных исследований рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>5 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	155
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:  
экзамены 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	6		6	
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	155	155	155	155
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Формирование культуры научного мышления и овладение навыками самостоятельного научно-го исследования и его презентации.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Логика и теория аргументации
2.1.2	История
2.1.3	Межкультурная коммуникация
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Логика и теория аргументации
2.2.2	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
2.2.3	Семиотика
2.2.4	Философия
2.2.5	Психология массовых коммуникаций
2.2.6	Социология массовых коммуникаций
2.2.7	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**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:**

Уровень 1	снoвные положения социальных, гу-манитарных и экономиче-ских наук
Уровень 2	основные методы социальных, гуманитарных и экономиче-ских наук
Уровень 3	основные положения и методы социальных, гу-манитарных и экономиче-ских наук при решении и профессиональных задач

**Уметь:**

Уровень 1	обсуждать профессио-нальные проблемы,
Уровень 2	отста-ивать свою точку зрения,
Уровень 3	делать обоснованный вы-бор рекламных средств и технологий при создании конкретного рекламного продукта

**Владеть:**

Уровень 1	методологией научного исследования,
Уровень 2	текстуаль-ного оформления результатов практической деятельно-сти
Уровень 3	методологией научного исследования, текстуаль-ного оформления и пре-зентации результатов практической деятельно-сти по созданию реклам-ного продукта

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	основные положения и методы социальных, гу-манитарных и экономиче-ских наук при решении и профессиональных задач
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	обсуждать профессио-нальные проблемы, отста-ивать свою точку зрения, делать обоснованный вы-бор рекламных средств и технологий при создании конкретного рекламного продукта
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	методологией научного исследования, текстуаль-ного оформления и пре-зентации результатов практической деятельно-сти по созданию реклам-ного продукта

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
-------------	---	----------------	-------	--------------	------------	------------	------------

	<b>Раздел 1. Наука как социокультурный феномен. Специфика научного познания</b>						
1.1	Возникновение науки и основные стадии ее развития. Динамика научного познания /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Наука как социокультурный феномен. Специфика научного познания /Лек/	2	2	ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.3	Наука как социокультурный феномен. Специфика научного познания /Ср/	2	20	ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Возникновение науки и основные стадии ее развития. Динамика научного познания /Ср/	2	25	ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Специфика эмпирического и теоретического познания. Специфика социально-гуманитарных наук /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.6	Специфика эмпирического и теоретического познания. Специфика социально-гуманитарных наук /Ср/	2	25	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.7	Методология научного познания /Лек/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.8	Методология научного познания /Пр/	2	2	ПК-8	Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.9	Методология научного познания /Ср/	2	30	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.10	Технология научного исследования /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.11	Технология научного исследования /Ср/	2	30	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.12	Глобальные проблемы современного мира. Роль научного сообщества в их преодолении /Лек/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.13	Глобальные проблемы современного мира. Роль научного сообщества в их преодолении /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.14	Глобальные проблемы современного мира. Роль научного сообщества в их преодолении /Ср/	2	25	ПК-8	Л1.1 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.15	/Экзамен/	2	9			0	

<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>
<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>
Представлены в приложении 1.
<b>5.2. Темы письменных работ</b>
Представлены в приложении 1.
<b>5.3. Фонд оценочных средств</b>
Представлены в приложении 1.
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>
практические задания, эссе, контрольная работа

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>				
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>				
<b>6.1.1. Основная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Алексеев П. В., Панин А. В.	Философия: учебник	Москва: Издательство Проспект, 2016	1
Л1.2	Куликова И. М.	Культурология: методические материалы по формированию общекультурных компетенций у бакалавров	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1
Л1.3	Спиркин А. Г.	Философия в 2 ч. Часть 2: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Миронов В. В.	Философия: Учебник	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2016	1
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Фролов И.Т.	Введение в философию: учебник для высших учебных заведений	М.: Политиздат, 1989	0
Л2.2	Мамзин А. С.	История и философия науки: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Миронов В. В., Иванов А. В.	Философия: Введение в метафизику и онтология: Учебник	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2014	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Бурханов Р. А.	Философия и наука на рубеже веков: Материалы республиканской школы-семинара докторантов, Екатеринбург - Нижневартовск, 17-21 апреля 2000 года	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2001	1
Л3.2	Денисова Т. Ю.	Практикум по философии: тексты и творческие задания: учебно-методическое пособие	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	0
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>				
Э1	<a href="http://www.gumfak.ru/filosof.shtml">http://www.gumfak.ru/filosof.shtml</a>			
Э2	<a href="http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html">http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html</a>			
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>				
6.3.1.1	Операционная система Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
6.3.1.2	Доступ в сеть интернет, в т.ч. WI-FI			
6.3.1.3				
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>				
6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру			

6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс
---------	---

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам.
7.2	

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

И. В. Кривошлыва

22 июня 2014 г. (протокол УМР №6)

## Психология общения и принципы ведения переговоров

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития	
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля на курсах: экзамены I
в том числе:		
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	87	
часов на контроль	9	

#### Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	рлд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	87	87	87	87
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	формирование у будущих специалистов системы знаний, умений и навыков практической работы специалиста по связям с общественностью в сфере межличностного и публичного общения и переговоров; подготовить студентов к решению таких задач, как успешное планирование и проведение деловых переговоров.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	Словесное творчество
2.1.3	Межкультурная коммуникация
2.1.4	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.5	Стилистика и литературное редактирование
2.1.6	Логика и теория аргументации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.2.2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
2.2.3	Производственная практика, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.4	Психология массовых коммуникаций
2.2.5	Брендинг
2.2.6	Коммуникации в постиндустриальном обществе
2.2.7	Пресс-служба
2.2.8	Немедийные коммуникации
2.2.9	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.10	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.11	Производственная практика, преддипломная
2.2.12	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент в основном верно излагает материал, содержащий основные правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства в переговорах; ориентируется только в базовой системе категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией в процессе переговоров.
Уровень 2	Студент достаточно и осознанно выстраивает ответ, содержащий большую часть основных правил логики и аргументации, специфики устной и письменной речи, языковых и изобразительно-выразительных средств в переговорах; студент пользуется основными понятиями категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией в процессе переговоров.
Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий основные правила логики и аргументации, специфику устной и письменной речи, языковые и изобразительно-выразительные средства в переговорах; легко и аргументировано ориентируется в системе категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией в процессе переговоров.

**Уметь:**

Уровень 1	Студент разрабатывает стандартную структуру письменного и устного текста переговоров; неуверенно составляет медийные, научные, научно-популярные и журналистские тексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению; использует лишь некоторые навыки анализа предмета и логики рассуждения в чужом и собственном текстах в ходе переговоров.
Уровень 2	Студент легко разрабатывает стандартную структуру письменного и устного текста переговоров; свободно и последовательно составляет медийные, научные, научно-популярные и журналистские тексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению.
Уровень 3	Студент осознанно и последовательно разрабатывает структуру письменного и устного текста переговоров;

	свободно и уверенно составляет медийные, научные, научно-популярные и журналистские тексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению; последовательно и аргументировано анализирует предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах в ходе переговоров.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент демонстрирует владение основными приемами аргументации и усиления воздействия на адресата; пользуется отдельными навыками системы категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью в ходе переговоров: посыл, система уступок, подведение итогов, переформулировка запроса.
Уровень 2	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение приемами аргументации и усиления воздействия на адресата; пользуется большей частью навыков системы категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью в ходе переговоров: посыл, система уступок, подведение итогов, переформулировка запроса.
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение приемами аргументации и усиления воздействия на адресата; легко и последовательно пользуется системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью в ходе переговоров: посыл, система уступок, подведение итогов, переформулировка запроса. В своем ответе студент легко и последовательно владеет методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера.

**ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент фрагментарно, но в целом имеет верное представление о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей. Ответ носит скорее формальный и в некоторой степени схематичный характер.
Уровень 2	Студент хорошо ориентируется в материале о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей. В ответе прослеживается определенная самостоятельность суждений, однако межпредметные связи устанавливаются лишь по наводящим вопросам преподавателя.
Уровень 3	Студент последовательно и аргументировано излагает материал о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей. В ответе прослеживается самостоятельность суждений и наличие содержательных межпредметных связей.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент с помощью преподавателя может назвать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия. Ответ не содержит грубых ошибок, однако характеризуется фрагментарностью и поверхностностью.
Уровень 2	Студент последовательно и аргументировано анализирует предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах, умеет учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия в ходе переговоров. Ответ студента соответствует основным требованиям, однако отличается недостаточной системностью и глубиной и дифференциацией отдельных понятий.
Уровень 3	Студент последовательно и аргументировано анализирует предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах в ходе переговоров. В своем ответе может легко учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия в ходе переговоров.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент неуверенно пользуется методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера в ходе переговоров. Ответы студента в целом верны, однако фрагментарны и недостаточно осознанны.
Уровень 2	Наблюдается владение методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера в процессе переговоров. Ответ студента соответствует основным требованиям, но для обобщений и систематизации требуется помощь преподавателя.
Уровень 3	В своем ответе студент легко и последовательно владеет методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	систему категорий, методов и приемов, направленных на установление межличностных и межкультурных коммуникаций специалиста по связям с общественностью с целевой аудиторией на русском и иностранном языках; о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	составлять медийные, научные, научнопопулярные и журналистскиетексты с учетом целевой аудитории, соблюдая законы логики и требования к правильному мышлению; анализировать предмет и логику рассуждения в чужом и собственном текстах; учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	системой категорий и методов, направленных на формирование устного и письменного изложения, аналитического и логического мышления специалиста по связям с общественностью; методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Введение в психологию общения</b>						
1.1	Введение в психологию общения /Лек/	1	2	ОК-5 ОК-6	Л2.1	0	
1.2	Введение в психологию общения /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л3.1 Л3.2 Э1	0	
1.3	Введение в психологию общения /Ср/	1	4	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
	<b>Раздел 2. Контакты между людьми</b>						
2.1	Контакты между людьми /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.3 Л2.3 Л3.1 Э2	0	
2.2	Контакты между людьми /Ср/	1	4	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Э2 Э3	0	
	<b>Раздел 3. Общение как взаимодействие. Общение как восприятие.</b>						
3.1	Общение как взаимодействие. Общение как восприятие. /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л3.1 Э4	0	
3.2	Общение как взаимодействие. Общение как восприятие. /Ср/	1	6	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л3.1 Э4	0	
	<b>Раздел 4. Мастерство общения. Общение в сложных ситуациях</b>						
4.1	Мастерство общения. Общение в сложных ситуациях /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э7	0	
4.2	Мастерство общения. Общение в сложных ситуациях /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э6	0	
	<b>Раздел 5. Этикет в общении. Этикет деловых отношений</b>						
5.1	Этикет в общении. Этикет деловых отношений /Лек/	1	2	ОК-5 ОК-6	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1	0	

5.2	Этикет в общении. Этикет деловых отношений /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э7	0	
5.3	Этикет в общении. Этикет деловых отношений /Ср/	1	6	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э7	0	
<b>Раздел 6. Искусство ведения переговоров. Введение</b>							
6.1	Искусство ведения переговоров. Введение /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л3.1 Э8	0	
6.2	Искусство ведения переговоров. Введение /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л2.6 Л3.1 Э7 Э8	0	
<b>Раздел 7. Поведение на различных стадиях переговоров</b>							
7.1	Поведение на различных стадиях переговоров /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л3.1 Э7 Э8	0	
7.2	Поведение на различных стадиях переговоров /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л3.1 Э7 Э8	0	
<b>Раздел 8. Анализ переговорного процесса</b>							
8.1	Анализ переговорного процесса /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л3.1 Э6 Э7	0	
8.2	Анализ переговорного процесса /Ср/	1	4	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Э6 Э7	0	
<b>Раздел 9. Уловки в переговорах</b>							
9.1	Уловки в переговорах /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э5 Э6	0	
9.2	Уловки в переговорах /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э5 Э6	0	
<b>Раздел 10. Гарвардский проект переговоров</b>							
10.1	Гарвардский проект переговоров /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.3 Л2.6 Л3.1 Э4 Э5	0	
10.2	Гарвардский проект переговоров /Ср/	1	4	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л2.6 Л3.1 Э4 Э5	0	
<b>Раздел 11. Переговоры с клиентами</b>							
11.1	Переговоры с клиентами /Пр/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Э8	0	
11.2	Переговоры с клиентами /Ср/	1	3	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Э8	0	
<b>Раздел 12. Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами путем переговоров</b>							

12.1	Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами путем переговоров /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.3 Э4 Э5	0	
12.2	Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами путем переговоров /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л3.1 Э4 Э5	0	
<b>Раздел 13. Переговоры с клиентами в деловой переписке</b>							
13.1	Переговоры с клиентами в деловой переписке /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л3.1 Э2 Э6	0	
13.2	Переговоры с клиентами в деловой переписке /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э2 Э5	0	
<b>Раздел 14. Телефонные переговоры</b>							
14.1	Телефонные переговоры /Пр/	1	0	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Э2	0	
14.2	Телефонные переговоры /Ср/	1	8	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л2.3 Л2.6 Л3.1 Э4	0	
14.3	/Экзамен/	1	1	ОК-5 ОК-6	Л2.3 Л3.1	0	
14.4	/Контр.раб./	1	8			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении №1.

### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении №1.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении №1.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

устный опрос, практическая работа

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Грехова И. П., Хозиев В. Б.	Психология общения: Учебно-методические материалы для курса	Сургут: Изд-во СурГУ, 2000	47
Л1.2	Горянина В. А.	Психология общения: Учебное пособие для студентов факультетов социальной работы	М.: Academia, 2004	10
Л1.3	Хасан Б. И., Сергоманов П. А.	Психология конфликта и переговоры: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений	М.: Academia, 2003	20

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мокшанцев Р. И.	Психология переговоров: Учебное пособие	М.: Инфра-М, 2002	1
Л2.2	Караяни А.Г., Цветков В.Л.	Психология общения и переговоров в экстремальных условиях: учебное пособие	Москва: ЮНИТИ -ДАНА, 2015	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.3	Дорошенко В.Ю., Зотова Л.И., Лавриненко В.Н., Островский Э.В., Подвойская Л.Т., Ратников В.П., Скрипкина Ж.Б., Титова Л.Г., И А., Чернышева Л.И., Юдин В.В.	Психология и этика делового общения (5-е издание): учебник	Москва: ЮНИТИ -ДАНА, 2015	1
Л2.4	Виговская М.Е.	Профессиональная этика и этикет: учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л2.5	Асмолова М. Л.	Искусство презентаций и ведения переговоров: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2017	1
Л2.6	Лашко С. И., Мартыненко И. О.	Международные переговоры: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2017	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030300.62 - Психология, квалификации "Бакалавр"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2015	1
Л3.2	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1
Л3.3	Джеймс Фройнд	Переговоры каждый день: практическое руководство	Москва: Альпина Паблишер, 2017	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	портал психологических изданий
Э2	авторефераты диссертаций, психологический журнал, библио-тека-онлайн
Э3	БД Сургутский Государственный университет «Книги»
Э4	портал психологических изданий
Э5	Российская национальная библиография
Э6	Переговоры и медиация в коммерческих спорах
Э7	ЗАО «Международный пресс-клуб»
Э8	бизнес-тренинги

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - <a href="http://www.consultant.ru/">www.consultant.ru/</a>
6.3.2.2	СПС «Гарант» - <a href="http://www.garant.ru/">www.garant.ru/</a>

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

**Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"**

  
**УТВЕРЖДАЮ**  
 Проректор по УМР  
 Е.В. Копылова  
 22 июня 2017 г., протокол УС №6

## Конфликтология

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	10
самостоятельная работа	125
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:  
экзамены 3

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		Итого	
	уп	рид		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	125	125	125	125
Часы на контроль	9	9	9	9
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Сформировать у студентов представление об основных закономерностях конфликтного взаимодействия, механизмах возникновения и способах управления конфликтами и их разрешения
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Логика и теория аргументации
2.1.2	Межкультурная коммуникация
2.1.3	Основы теории коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.2.2	Психология управления
2.2.3	Социальная психология
2.2.4	Психология массовых коммуникаций
2.2.5	Коммуникации в постиндустриальном обществе

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент допускает грубые ошибки в описании и определении: - феноменов, категорий, методов изучения и описания закономерностей функционирования и развития человека в ситуации конфликта; - истории возникновения и развития основных отечественных и зарубежных теорий конфликта; - технологий, позволяющих решать типовые задачи в различных областях практики, связанных с конфликтным взаимодействием; - приемов и методов организации, планирования исследований конфликтного взаимодействия; - основных видов потенциальных опасностей и их последствий в конфликте в рамках профессиональной деятельности и быту, принципов снижения вероятности их реализации
Уровень 2	Студент ориентируется в: - феноменах, категориях, методах изучения и описания закономерностей функционирования и развития человека в ситуации конфликта; - истории возникновения и развития основных отечественных и зарубежных теорий конфликта; - технологиях, позволяющих решать типовые задачи в различных областях практики, связанных с конфликтным взаимодействием; - приемах и методах организации, планирования исследований конфликтного взаимодействия; - основных видах потенциальных опасностей и их последствий в конфликте в рамках профессиональной деятельности и быту, принципах снижения вероятности их реализации, но допускает неточности
Уровень 3	Студент свободно ориентируется в - феноменах, категориях, методах изучения и описания закономерностей функционирования и развития человека в ситуации конфликта; - истории возникновения и развития основных отечественных и зарубежных теорий конфликта; - технологиях, позволяющих решать типовые задачи в различных областях практики, связанных с конфликтным взаимодействием; - приемах и методах организации, планирования исследований конфликтного взаимодействия; - основных видах потенциальных опасностей и их последствий в конфликте в рамках профессиональной деятельности и быту, принципах снижения вероятности их реализации

**Уметь:**

Уровень 1	Студент испытывает серьезные затруднения и допускает грубые ошибки, которые исправляет, используя наводящие вопросы преподавателя при: - прогнозировании развития конфликтных событий и оценивании последствий конфликтного взаимодействия при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России; - анализе и сопоставлении особенностей поведения личности в конфликте; - выявлении специфики функционирования человека в конфликте с учетом особенностей возраста, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;
-----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формировании и реализации программ и технологий, направленных на предупреждение в конфликте возможных рисков асоциального поведения, а также профессиональных рисков;</li> <li>- осуществлении системного анализа и оценки ситуаций конфликта в профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлении профилактических мероприятий, способствующих повышению стрессоустойчивости сотрудников</li> </ul>
Уровень 2	<p>Студент в достаточной степени может:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия конфликтного взаимодействия при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;</li> <li>- анализировать и сопоставлять особенности поведения личности в конфликте;</li> <li>- выявлять специфику функционирования человека в конфликте с учетом особенностей возраста, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;</li> <li>- формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение в конфликте возможных рисков асоциального поведения, а также профессиональных рисков;</li> <li>- осуществлять системный анализ и оценку ситуаций конфликта в профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлять профилактические мероприятия, способствующие повышению стрессоустойчивости сотрудников;</li> </ul> <p>но допускает некоторые неточности</p>
Уровень 3	<p>Студент демонстрирует высокий уровень умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия конфликтного взаимодействия при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;</li> <li>- анализировать и сопоставлять особенности поведения личности в конфликте;</li> <li>- выявлять специфику функционирования человека в конфликте с учетом особенностей возраста, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;</li> <li>- формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение в конфликте возможных рисков асоциального поведения, а также профессиональных рисков;</li> <li>- осуществлять системный анализ и оценку ситуаций конфликта в профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлять профилактические мероприятия, способствующие повышению стрессоустойчивости сотрудников</li> </ul>
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	<p>Студент допускает грубые ошибки, которые исправляет только при помощи наводящих вопросов преподавателя при использовании</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемов оказания помощи в различных жизненных проблемных (конфликтных) ситуациях;</li> <li>- методов изучения личности, коллектива, профессиональной деятельности сотрудников в ситуации конфликта;</li> <li>- методики организации подготовки и сопровождения профессиональной подготовки, в том числе к экстремальным условиям профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками анализа своей деятельности с целью оптимизации собственной деятельности при работе с конфликтами</li> </ul>
Уровень 2	<p>Студент демонстрирует хороший уровень владения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами оказания помощи в различных жизненных проблемных (конфликтных) ситуациях;</li> <li>- методами изучения личности, коллектива, профессиональной деятельности сотрудников в ситуации конфликта;</li> <li>- методикой организации подготовки и сопровождения профессиональной подготовки, в том числе к экстремальным условиям профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками анализа своей деятельности с целью оптимизации собственной деятельности при работе с конфликтами</li> </ul>
Уровень 3	<p>Студент свободно и безошибочно владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами оказания помощи в различных жизненных проблемных (конфликтных) ситуациях;</li> <li>- методами изучения личности, коллектива, профессиональной деятельности сотрудников в ситуации конфликта;</li> <li>- методикой организации подготовки и сопровождения профессиональной подготовки, в том числе к экстремальным условиям профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками анализа своей деятельности с целью оптимизации собственной деятельности при работе с конфликтами</li> </ul>

#### **ОК-7: Способность к самоорганизации и самообразованию**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	<p>Студент испытывает серьезные трудности и допускает много ошибок при определении феноменов, преодоление которых требует проявления произвольности, самоорганизации в ситуации конфликта; затрудняется в назывании психологических технологий, необходимые для осуществления самообразования по вопросам, связанным с конфликтным взаимодействием</p>
Уровень 2	<p>Студент свободно ориентируется в феноменах, преодоление которых требует проявления произвольности,</p>

	самоорганизации в ситуации конфликта; свободно перечисляет психологические технологий, необходимых для осуществления самообразования по вопросам, связанным с конфликтным взаимодействием, но допускает неточности
Уровень 3	Студент свободно ориентируется в феноменах, преодоление которых требует проявления произвольности, самоорганизации в ситуации конфликта; свободно перечисляет психологические технологии, необходимые для осуществления самообразования по вопросам, связанным с конфликтным взаимодействием
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент испытывает серьезные трудности и допускает много ошибок при применении известных методов самоорганизации в различных ситуациях социального взаимодействия, в том числе конфликтного; может найти необходимые литературные источники для работы по самообразованию в вопросах конфликтности
Уровень 2	Студент не всегда применяет правильные из известных методы самоорганизации в различных ситуациях социального взаимодействия, в том числе конфликтного; не сразу может найти необходимые литературные источники для работы по самообразованию в вопросах конфликтности
Уровень 3	Студент легко и без ошибок применяет известные методы самоорганизации в различных ситуациях социального взаимодействия, в том числе конфликтного; всегда может найти необходимые литературные источники для работы по самообразованию в вопросах конфликтности
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Студент испытывает серьезные трудности при использовании методов самоорганизации и самообразования в ситуации социального взаимодействия, в том числе конфликтного; допускает грубые ошибки
Уровень 2	Студент допускает неточности в ответе на вопросы о методах самоорганизации и самообразования в ситуации социального взаимодействия, в том числе конфликтного
Уровень 3	Студент свободно и правильно использует методы самоорганизации и самообразования в ситуации социального взаимодействия, в том числе конфликтного

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- феномены, категории, методы изучения и описания закономерностей функционирования и развития человека в ситуации конфликта;
3.1.2	- историю возникновения и развития основных отечественных и зарубежных теорий конфликта;
3.1.3	- технологии, позволяющие решать типовые задачи в различных областях практики, связанных с конфликтным взаимодействием;
3.1.4	- приемы и методы организации, планирования исследований конфликтного взаимодействия;
3.1.5	- основные виды потенциальных опасностей и их последствия в конфликте в рамках профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;
3.1.6	- феномены, преодоление которых требует проявления произвольности, самоорганизации в ситуации конфликта;
3.1.7	- психологические технологии, необходимые для осуществления самообразования по вопросам, связанным с конфликтным взаимодействием
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия конфликтно-го взаимодействия при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
3.2.2	- анализировать и сопоставлять особенности поведения личности в конфликте;
3.2.3	- выявлять специфику функционирования человека в конфликте с учетом особенностей возраста, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;
3.2.4	- формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение в конфликте возможных рисков асоциального поведения, а также профессиональных рисков;
3.2.5	- осуществлять системный анализ и оценку ситуаций конфликта в профессиональной деятельности;
3.2.6	- осуществлять профилактические мероприятия, способствующие повышению стрессоустойчивости сотрудников;
3.2.7	- применить на практике известные методы самоорганизации в различных ситуациях социального взаимодействия, в том числе конфликтного;
3.2.8	- найти необходимые литературные источники для работы по самообразованию в вопросах конфликтности
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- приемами оказания помощи в различных жизненных проблемных (конфликтных) ситуациях;
3.3.2	- методами изучения личности, коллектива, профессиональной деятельности сотрудников в ситуации конфликта;

3.3.3	- методикой организации подготовки и сопровождения профессиональной подготовки, в том числе к экстремальным условиям профессиональной деятельности;
3.3.4	- навыками анализа своей деятельности с целью оптимизации собственной деятельности при работе с конфликтами;
3.3.5	- методами самоорганизации и самообразования в ситуации социального взаимодействия, в том числе конфликтного
3.3.6	

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Конфликтология как наука. Философско-социологическая традиция изучения конфликтов /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 2.</b>						
2.1	Психологические традиции изучения конфликтов /Ср/	3	20	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 3.</b>						
3.1	Общая характеристика конфликтного взаимодействия. Динамика конфликтного взаимодействия /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 4.</b>						
4.1	Управление конфликтами /Лек/	3	1			0	
4.2	Управление конфликтами /Пр/	3	2	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
4.3	Управление конфликтами /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 5.</b>						
5.1	Классификация конфликтов /Ср/	3	10	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 6.</b>						
6.1	Личность в конфликтном взаимодействии /Лек/	3	1			0	
6.2	Личность в конфликтном взаимодействии /Пр/	3	2	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
6.3	Личность в конфликтном взаимодействии /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 7.</b>						

7.1	Внутриличностный конфликт как особое психологическое состояние /Лек/	3	1			0	
7.2	Внутриличностный конфликт как особое психологическое состояние /Ср/	3	15	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
	<b>Раздел 8.</b>						
8.1	Проектная деятельность по созданию условий бесконфликтного взаимодействия /Лек/	3	1			0	
8.2	Проектная деятельность по созданию условий бесконфликтного взаимодействия /Пр/	3	2	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
8.3	Проектная деятельность по созданию условий бесконфликтного взаимодействия /Ср/	3	16	ОК-6 ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4	0	
8.4	/Экзамен/	3	9			0	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

#### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

#### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Письменная работа

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Анцупов А. Я., Шипилов А. И.	Конфликтология: [учебник для вузов]	Москва [и др.]: Питер, 2013	1
Л1.2	Бобрешова И.П., Воробьев В.К.	Конфликтология. Практикум: практикум	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015	1
Л1.3	Кибанов А. Я., Ворожейкин И. Е., Захаров Д. К., Коновалова В. Г.	Конфликтология: Учебник	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2014	1
Л1.4	Козырев Г. И.	Конфликтология: Учебник	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2014	1

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Клачкова О. А.	Конфликтология: Практикум	Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2011	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Ищенко О. В.	Конфликтология: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	1
Л3.2	Мамкина Т. М.	Конфликтология: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2009	1
Л3.3	Мамкина Т. М.	Конфликтология: сборник задач: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2014	1
Л3.4	Васягина Т. Н.	Методические указания к лекциям и семинарским занятиям по курсу «Конфликтология»	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	<a href="http://psyjournals.ru/">http://psyjournals.ru/</a> портал психологических изданий
Э2	<a href="http://www.dslib.net/free/psixologia.html">http://www.dslib.net/free/psixologia.html</a> каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки)
Э3	Реферативные журналы ИНИОН РАН «Социальные и гуманитарные науки
Э4	Отечественная и зарубежная литература» <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>
Э5	Электронная библиотека РНБ: фонд авторефератов диссертаций <a href="http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form">http://www.nlr.ru:8101/cgi-bin/wdbp95.cgi/avtoref/avtoref/form</a>

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием
-----	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июля 2017 г., протокол УС №6

## Корпоративная культура

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии развития</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	12
самостоятельная работа	128
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:

зачеты 1  
курсовые проекты 1

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	I		Итого	
	уп	мгд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	128	128	128	128
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	сформировать у студентов представления роли корпоративной культуры в формировании имиджа компании, структуре, видах, функциях корпоративной культуры; ознакомление с методами и способами формирования современной корпоративной культуры; формирование целостного представления о возможностях и ресурсах консалтинга в связях с общественностью; углубление представлений о современных методах работы PR-специалистов по формированию и совершенствованию корпоративной культуры.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Межкультурная коммуникация	
2.1.2	Иностранный язык	
2.1.3	Основы связей с общественностью	
2.1.4	Психология общения и принципы ведения переговоров	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Межкультурная коммуникация	
2.2.2	Копирайтинг	
2.2.3	Спонсоринг и фандрайзинг	
2.2.4	Конфликтология	
2.2.5	Психология карьеры	
2.2.6	Психология управления	
2.2.7	Социальная психология	
2.2.8	Имиджелогия	
2.2.9	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	
2.2.10	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	
2.2.11	Брендинг	
2.2.12	Репутация организации	
2.2.13	Производственная практика, преддипломная	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**

**Знать:**

Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументированно выстраивает ответ демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных видов, типов, структуры и функций корпоративной культуры; механизмов воздействия корпоративной культуры на взаимодействия в коллективе с учетом социальных, профессиональных, этнических и культурных различий; концепции «корпоративной социальной ответственности»; этических основ коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола и этических принципов служебных взаимоотношений «по вертикали» и «по горизонтали»; требований и принципов делового этикета и межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран. Ответ отличается глубиной знаний.
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	Студент умеет верно проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры; диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде; создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики корпоративных культур. Студент умеет разрабатывать модель позиционирования, продвижения и рекламы имиджа компании; корпоративный этический кодекс с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей коллектива.
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне; ориентации в вопросах управленческой этики; работы в отделах связи с общественностью; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования элементов корпоративной культуры; толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе; основными PR-средствами и технологиями формирования корпоративной культуры компании с учетом социальных, этнических и культурных
-----------	--

	различий; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе. Ответ отличается глубиной, систематизированностью знаний
--	---

### ОПК-2: Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связи с общественностью

#### Знать:

Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументировано выстраивает ответ, демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных видов, типов, структуры и функций корпоративной культуры; методов формирования, поддержания и изменения корпоративной культуры и оптимизации корпоративного имиджа; роли руководства в развитии культуры организации; особенностей планирования и реализации ПР-кампании и ПР-мероприятий направленных на создание позитивной корпоративной культуры; механизмов воздействия корпоративной культуры на взаимодействия в коллективе с учетом социальных, профессиональных, этнических и культурных различий; концепции «корпоративной социальной ответственности»; этических основ коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола и этических принципов служебных взаимоотношений «по вертикали» и «по горизонтали»; требований и принципов делового этикета и межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран. Ответ отличается глубиной знаний.
-----------	--

#### Уметь:

Уровень 1	Студент умеет верно анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации, планировать и организовывать ПР-кампанию и ПР-мероприятия, направленные на повышение позитивного внешнего и внутреннего имиджа компании; проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры; диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде; создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики корпоративных культур. Студент умеет разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля имиджа компании с учетом потребностей аудитории; модель позиционирования, продвижения и рекламы имиджа компании; корпоративный этический кодекс с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей коллектива.
-----------	---

#### Владеть:

Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение технологиями разработки и формирования корпоративной культуры; методами диагностики культуры организации, технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне; навыками планирования и реализации ПР-программы по формированию и поддержанию корпоративной культуры компании; ориентации в вопросах управленческой этики; работы в отделах связи с общественностью; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования элементов корпоративной культуры; толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе; основными ПР-средствами и технологиями формирования корпоративной культуры компании с учетом социальных, этнических и культурных различий; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе. Ответ отличается глубиной, систематизированностью знаний
-----------	---

### ОПК-4: Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

#### Знать:

Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументировано выстраивает ответ, демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных видов, типов, структуры и функций корпоративной культуры; методов формирования, поддержания и изменения корпоративной культуры и оптимизации корпоративного имиджа; роли руководства в развитии культуры организации; особенностей планирования и реализации ПР-кампании и ПР-мероприятий направленных на создание позитивной корпоративной культуры; механизмов воздействия корпоративной культуры на взаимодействия в коллективе с учетом социальных, профессиональных, этнических и культурных различий; концепции «корпоративной социальной ответственности»; этических основ коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола и этических принципов служебных взаимоотношений «по вертикали» и «по горизонтали»; требований и принципов делового этикета и межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран. Ответ отличается глубиной знаний.
-----------	--

#### Уметь:

Уровень 1	Студент умеет верно анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации, планировать и организовывать ПР-кампанию и ПР-мероприятия, направленные на повышение позитивного внешнего и внутреннего имиджа компании; проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры; диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде; создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики корпоративных культур. Студент умеет разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля имиджа компании с учетом потребностей аудитории; модель позиционирования, продвижения и рекламы имиджа компании; корпоративный этический кодекс с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей коллектива.
-----------	---

#### Владеть:

Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение технологиями разработки и формирования корпоративной культуры; методами диагностики культуры организации, технологиями
-----------	---

	решений социальных проблем на корпоративном уровне; навыками планирования и реализации ПР-программы по формированию и поддержанию корпоративной культуры компании; ориентации в вопросах управленческой этики; работы в отделах связи с общественностью; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования элементов корпоративной культуры; толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе; основными ПР-средствами и технологиями формирования корпоративной культуры компании с учетом социальных, этнических и культурных различий; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе. Ответ отличается глубиной, систематизированностью знаний
--	---

#### **ОПК-5: Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументировано выстраивает ответ, демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных видов, типов, структуры и функций корпоративной культуры; методов формирования, поддержания и изменения корпоративной культуры и оптимизации корпоративного имиджа; роли руководства в развитии культуры организации; особенностей планирования и реализации ПР-кампании и ПР-мероприятий направленных на создание позитивной корпоративной культуры; механизмов воздействия корпоративной культуры на взаимодействия в коллективе с учетом социальных, профессиональных, этнических и культурных различий; концепции «корпоративной социальной ответственности»; этических основ коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола и этических принципов служебных взаимоотношений «по вертикали» и «по горизонтали»; требований и принципов делового этикета и межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран. Ответ отличается глубиной знаний.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Студент умеет верно анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации, планировать и организовывать ПР-кампанию и ПР-мероприятия, направленные на повышение позитивного внешнего и внутреннего имиджа компании; проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры; диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде; создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики корпоративных культур. Студент умеет разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля имиджа компании с учетом потребностей аудитории; модель позиционирования, продвижения и рекламы имиджа компании; корпоративный этический кодекс с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей коллектива.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение технологиями разработки и формирования корпоративной культуры; методами диагностики культуры организации, технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне; навыками планирования и реализации ПР-программы по формированию и поддержанию корпоративной культуры компании; ориентации в вопросах управленческой этики; работы в отделах связи с общественностью; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования элементов корпоративной культуры; толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе; основными ПР-средствами и технологиями формирования корпоративной культуры компании с учетом социальных, этнических и культурных различий; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе. Ответ отличается глубиной, систематизированностью знаний

#### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- основные виды, типы структуру и функции корпоративной культуры;
3.1.2	- основные методы формирования, поддержания и изменения корпоративной культуры;
3.1.3	- роль руководства в становлении и развитии культуры организации;
3.1.4	- пути формирования и методы оптимизации корпоративного имиджа;
3.1.5	- особенности планирования и реализации ПР-кампании и ПР-мероприятий направленных на создание позитивной корпоративной культуры
3.1.6	- основные понятия, методы и этапы формирования корпоративной культуры как средства поддержания позитивного климата компании;
3.1.7	- концепцию «корпоративной социальной ответственности»;
3.1.8	- этические основы коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола;
3.1.9	- этические принципы служебных взаимоотношений «по вертикали» и «по горизонтали»;
3.1.10	- основные механизмы воздействия корпоративной культуры на взаимодействия в коллективе с учетом социальных, профессиональных, этнических и культурных различий;
3.1.11	- требования и принципы делового этикета;

3.1.12	- особенности межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации;
3.2.2	- планировать и организовывать ПР-кампанию и ПР-мероприятия, направленные на повышение позитивного внешнего и внутреннего имиджа компании;
3.2.3	- разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля имиджа компании с учетом потребностей аудитории;
3.2.4	- разрабатывать модель позиционирования, продвижения и рекламы имиджа компании;
3.2.5	- разрабатывать корпоративный этический кодекс с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей коллектива;
3.2.6	- проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры;
3.2.7	- диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде;
3.2.8	- создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики корпоративных культур
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- технологиями разработки и формирования корпоративной культуры;
3.3.2	- навыками планирования и реализации ПР-программы по формированию и поддержанию корпоративной культуры компании;
3.3.3	- навыками ориентации в вопросах управленческой этики;
3.3.4	- современными методами диагностики культуры организации, технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне;
3.3.5	- навыками работы в отделах связи с общественностью;
3.3.6	- методами формирования корпоративного имиджа;
3.3.7	- основными ПР-средствами и технологиями формирования корпоративной культуры компании с учетом социальных, этнических и культурных различий;
3.3.8	- приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования элементов корпоративной культуры;
3.3.9	- приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе;
3.3.10	- системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе;

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Корпоративная культура как внутренний элемент имиджа компании</b>						
1.1	Корпоративная культура как внутренний элемент имиджа компании. Структура имиджа компании: внешние и внутренние элементы, технологии формирования /Лек/	1	1	ОК-6 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.5 Л2.9 Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Корпоративная культура как внутренний элемент имиджа компании. Структура имиджа компании: внешние и внутренние элементы, технологии формирования /Пр/	1	2	ОК-6 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.5 Л2.9 Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Корпоративная культура как внутренний элемент имиджа компании. Структура имиджа компании: внешние и внутренние элементы, технологии формирования /Ср/	1	28	ОК-6 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.5 Л2.9 Л3.1 Л3.2	0	
	<b>Раздел 2. Теоретические основы корпоративной культуры</b>						

2.1	Теоретические основы корпоративной культуры. Структура, генезис и функции корпоративной культуры /Лек/	1	2	ОК-6 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Теоретические основы корпоративной культуры. Структура, генезис и функции корпоративной культуры /Пр/	1	2	ОК-6 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Теоретические основы корпоративной культуры. Структура, генезис и функции корпоративной культуры /Ср/	1	40	ОК-6 ОПК-2	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
<b>Раздел 3. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой</b>							
3.1	Технологии диагностики и управления корпоративной культурой /Лек/	1	1	ОК-6 ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
3.2	Технологии диагностики и управления корпоративной культурой /Пр/	1	4	ОК-6 ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
3.3	Технологии диагностики и управления корпоративной культурой /Ср/	1	60	ОК-6 ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2	0	
3.4	/Зачёт/	1	4			0	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

#### 5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

#### 5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Практическая работа и рефераты, курсовая работа

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Капитонов Э. А., Капитонов А. Э.	Корпоративная культура и PR: учебно-практическое пособие	М.: МарТ, 2003	7
Л1.2	Спивак В. А.	Корпоративная культура: Теория и практика	СПб.: Питер, 2001	6
Л1.3	Шейн Э.	Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование	СПб.: Питер, 2002	4

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кузнецов И. Н.	Корпоративная культура делового общения: главные правила общения и поведения в современном обществе	М.: АСТ, 2005	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Ястребова Е. М.	Корпоративная культура библиотеки: теория, история, современные тенденции: [учебно-методическое пособие]	М.: Литера, 2009	1
Л2.3	Ковалева А. И., Колмыкова М. А.	Организационная культура производственных предприятий: Монография	Москва: Московский гуманитарный университет, 2011	1
Л2.4	Грошев И. В., Краснободцев А. А.	Организационная культура: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013	1
Л2.5	Демин Д., Казакова Н.	Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений	Москва: Альпина Паблишер, 2016	1
Л2.6	Говард Бехар, Суханова М.	Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks	Москва: Альпина Паблишер, 2016	1
Л2.7	Баумгартен Л. В.	Корпоративная культура и управление персоналом в туризме: теория и практика: Учеб. пособие	Москва: Вузовский учебник, 2012	1
Л2.8	Лайкер Д. К.	Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2014	1
Л2.9	Грошев И. В.	Организационная культура	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2012	1

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2013	53
Л3.2	Андрианова А. Р., Сапрыкина Е. Н.	Корпоративная культура: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	URL <a href="http://www.ipr.by/ru/">http://www.ipr.by/ru/</a> (Институт общественных связей)			
Э2	URL <a href="http://www.sovetnik.ru/">http://www.sovetnik.ru/</a> (Профессиональный PR-портал)			
Э3	<a href="http://www.press-service.ru/">http://www.press-service.ru/</a> – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э4	<a href="http://pr-club.com/">http://pr-club.com/</a> международный пресс-клуб			
Э5	<a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a> БД Сургутский Государственный университет «Книги»			
Э6	<a href="http://www.lib.surgu.ru/abis.php">http://www.lib.surgu.ru/abis.php</a> БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»			

### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;			
6.3.1.2	браузеры			
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013			

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Справочно-правовая система Консультант Плюс			

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.			
-----	---	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2				
-----------------------------	--	--	--	--

Бюджетное учреждение высшего образования  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"



## Физическая культура и спорт

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Физической культуры</b>
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения	<b>заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
аудиторные занятия	6
самостоятельная работа	62
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:  
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	рид		
Лекции	6	6	6	6
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	62	62	62	62
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» является формирование компетентности студентов в вопросах направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.Б
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Базовый уровень знаний по учебным предметам старшей школы «Физическая культура», «Основы безопасности жизнедеятельности»	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОК-8: Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности**

**Знать:**

Уровень 1	Студент на достаточном уровне знает: – основы физической культуры и спорта, понимает и осознает роль оздоровительной и прикладной физической культуры, кондиционной и спортивной тренировки в развитии личности, обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности; – способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; – правила и способы планирования индивидуальных тренировочных занятий различной целевой направленности.
-----------	---

**Уметь:**

Уровень 1	Студент на достаточном уровне умеет самостоятельно использовать средства и методы физической культуры и спорта для развития психофизического потенциала для успешного выполнения социально-профессиональных ролей и достижения личных жизненных и профессиональных целей.
-----------	---

**Владеть:**

Уровень 1	Студент обладает достаточным опытом применения оздоровительных, кондиционных и спортивных технологий для решения профессиональных и личностных целей и задач.
-----------	---

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	-основы физической культуры и спорта, понимать и осознавать роль оздоровительной и прикладной физической культуры, кондиционной и спортивной тренировки в развитии личности, обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности;
3.1.2	-способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
3.1.3	-правила и способы планирования индивидуальных тренировочных занятий различной целевой направленности.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	-самостоятельно использовать средства и методы физической культуры и спорта для развития психофизического потенциала для успешного выполнения социально профессиональных ролей и достижения личных жизненных и профессиональных целей.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	-опытом применения оздоровительных, кондиционных и спортивных технологий для решения профессиональных и личностных целей и задач.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке и обеспечении здоровья будущего бакалавра /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.2	0	

1.2	Основы здорового образа жизни. Физкультурно-спортивная и рекреационная деятельность как фактор обеспечения здоровья /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.2 Л2.1	0	
1.3	Основы техники физических упражнений в различных видах двигательной активности. Методика составления комплексов физических упражнений различной направленности /Ср/	1	14	ОК-8	Л1.1 Л3.3 Л3.4	0	
1.4	Методы самоконтроля и оценки физического развития /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.2 Л2.1	0	
1.5	Методы самооценки работоспособности, усталости, утомления. Применение средств физической культуры для их направленной коррекции /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.2 Л2.1	0	
1.6	Методы самоконтроля и оценки функционального состояния кардиореспираторной системы /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.2 Л2.1	0	
1.7	Методы самоконтроля и оценки физической работоспособности /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.2 Л3.4	0	
1.8	Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.1 Л2.1	0	
<b>Раздел 2.</b>							
2.1	Эргономические требования к организации учебного труда студента /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.1 Л2.1	0	
2.2	Диагностика, коррекция и профилактика нарушений осанки /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.2 Л2.1	0	
2.3	Методика проведения гимнастики для профилактики миопии и переутомления зрительного анализатора /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.1 Л2.1	0	
<b>Раздел 3.</b>							
3.1	Характеристика избранного вида спорта, особенности организации тренировочного процесса /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л2.3 Л2.4	0	
3.2	Организация и методика проведения тренировочного занятия по избранному виду двигательной активности /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.1 Л1.4 Л2.4	0	
3.3	Оценка специальной физической и технико-тактической подготовленности в избранном виде двигательной активности /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.1 Л2.3 Л3.1 Л3.4	0	
<b>Раздел 4.</b>							
4.1	Основы планирования самостоятельной физкультурно-спортивной и рекреационной деятельности /Лек/	1	1	ОК-8	Л1.1 Л3.2	0	
4.2	Основы планирования самостоятельной физкультурно-спортивной и рекреационной деятельности /Ср/	1	4	ОК-8	Л1.1 Л3.2 Л3.4	0	
4.3	Методы и средства избранного вида двигательной активности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности /Ср/	1	12	ОК-8	Л1.1 Л3.2	0	
4.4	/Зачёт/	1	4			0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1
<b>5.2. Темы письменных работ</b>
Представлены в Приложении 1
<b>5.3. Фонд оценочных средств</b>
Представлены в Приложении 1
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>
Компьютерное тестирование, контрольная работа (реферат)

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Ильинич В. И.	Физическая культура студента: Учеб. для студентов ВУЗов	М.: Гардарики, 2000	38
Л1.2	Пешкова Н. В., Бушева Ж. И., Булгакова О. В., Кан Н. Б., Шутова М. В., Базилевич М. В.	Оценка результатов самоконтроля физического развития, функциональной и физической подготовленности студентов: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2015	31
Л1.3	Ахметов А. М.	Теоретический курс по дисциплине «Физическая культура»: Лекции	Набережные Челны: Набережночелнин ский государственный педагогический университет, 2013	1
Л1.4	Гелецкая Л. Н.	Физическая культура студентов специального учебного отделения	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Стрельцов В. А.	Содержание теоретического курса по физической культуре в вузе: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2009	34
Л2.2	Бушева Ж. И., Пешкова Н. В.	Организация занятий по дисциплине "Физическая культура" для студентов, отнесенных по состоянию здоровья к группе освобожденных от практических занятий: учебно- методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2016	35
Л2.3	Бомин В. А., Сухинина К. В.	Здоровьесберегающие технологии в сохранении и формировании здоровья студентов: Учебно-методическое пособие	Иркутск: Иркутский филиал Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, Иркутская государственная сельскохозяйствен ная академия, 2011	1
Л2.4	Башмаков В. П.	Педагогические и медицинские аспекты занятий физической культурой со студентами специальной медицинской группы: Учебно-методическое пособие	Санкт-Петербург: Санкт- Петербургский государственный архитектурно- строительный университет, ЭБС АСВ, 2011	1