



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института экономики и управле-
ния

Н.Р. Бальнская

«05» сентября 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы интегрированных коммуникаций

Направление 41.03.06 Публичная политика и социальные науки

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат

Форма обучения

Заочная

Институт	экономики и управления
Кафедра	Государственного муниципального управления и управле- ния персоналом
Курс	2

Магнитогорск
2018 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 41.03.06 Публичная политика и социальные науки, утвержденного приказом МОиН РФ от 20.10.2015 №1174.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры государственного муниципального управления и управления персоналом «31» августа 2018 г., протокол №1.

Зав. кафедрой  Н.Р. Бальнская

Рабочая программа одобрена методической комиссией института экономики и управления «05» сентября 2018 г., протокол №1.

Председатель  Н.Р. Бальнская

Рабочая программа составлена
доц., к.ф.н.



С.В.Мусийчук

Рецензент:

Начальник финансового отдела, доц., к.э.н.
ФГБОУ ВО «МГТУ им Г.И. Носова»



И.А. Агеева

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	Раздел программы	Краткое содержание изменения/дополнения	Дата. № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой
1.	П.8	Учебно-методическое информационное обеспечение дисциплины и	18.09.2019, №2	
2.	П.8	Учебно-методическое информационное обеспечение дисциплины и	31.08.2020, №1	

1 Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины: ознакомить обучающихся с основными теоретическими аспектами современных концепций интегрированных коммуникаций как мультидисциплинарной стратегии вариативной медиа и структурной координации коммуникаций со стэйкхолдерами, влияющей на восприятие ими всей информации об организации как целом.

Апробация знаний об интегрированных коммуникациях как мультидисциплинарной стратегии, так как она опирается на достижения сразу нескольких дисциплин: менеджмента, или управления персоналом (структурная координация), маркетинга (медийная координация), связей с общественностью/корпоративной коммуникации (стратегия координации коммуникаций), психологии (восприятие стэйкхолдерами сообщений).

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» входит в базовую часть блока 1 образовательной программы 41.03.06 Публичная политика и социальные науки.

Изучение дисциплины базируется на знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Культурология и межкультурное взаимодействие», «Специфика публичных выступлений». Знания, полученные при изучении курса «Основы интегрированных коммуникаций», необходимы при изучении дисциплины «Технологии организации проведения публичных и научных мероприятий» и подготовке выпускной квалификационной работы.

Знания и умения, полученные студентами при изучении дисциплины, необходимы при прохождении учебной - практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, производственной - практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-3 владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи	
Знать	<ul style="list-style-type: none">– основы делового стиля устной и письменной коммуникации для достижения поставленных профессиональных задач– теоретико-методологический основы эффективной коммуникации в публичной политике– знать функции и виды общения, социально-психологическую структуру общения;– основные модели эффективного делового (профессионального) и публичного общения в русско- и мультиязычной среде;– основные типы нарушений культуры речи в современном русском языке
Уметь	<ul style="list-style-type: none">– грамотно излагать мысли в устной и письменной речи– осуществлять эффективную коммуникацию в сфере публичной политики

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
	<ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в ситуациях делового (профессионального) общения и программировать стратегии и тактики грамотного речевого поведения, анализировать и создавать устные и письменные тексты в соответствии с конкретными потребностями делового, публичного и учебно-научного общения; – квалифицировать причины неграмотной речи, отклонений от нормы в личном и профессиональном общении;
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде – способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи – эффективными методами и приемами публичных выступлений, основами ораторского мастерства; – навыками речевой и профессиональной культуры в устной и письменной форме; – устной и письменной грамотной (нормативной) речью в ситуациях профессионального общения: публичное выступление, беседа, дискуссия и др.
ПК-4 умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – место информации и формировании структур и институтов общества, основы информационной политики государства, законодательные акты информационной политики – научные принципы и практики управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением в сфере публичной политики – каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – работать с технологиями организации и регулирования эффективных коммуникаций органов государственной власти, МСУ, общественных, профессиональных, творческих и коммерческих организаций с населением – выстраивать стратегию управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – управлять информационным взаимодействием общественных и государственных организаций с населением.
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбору путей достижения. – способами организации управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – способностью применять информационные технологии для обеспечения информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – методами организации и контроля информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением

4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 4,4 академических часов;
- аудиторная – 4 академических часов;
- внеаудиторная – 0,4 академических часов,
- самостоятельная работа – 99,7 академических часов
- подготовка к зачету – 3,9 академических часов.

Раздел/ тема дисциплины	курс	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа (в академических часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. Занятия	практич. Занятия				
Раздел 1. Введение в интегрированные коммуникации		0,5/0,5						
1. Сущность и функции коммуникаций в современном обществе	2				6	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3</i> - <i>зுவ</i> <i>ПК-4</i> – <i>зுவ</i>
2. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития технологий интегрированных массовых коммуникаций.	2				6	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3</i> - <i>зுவ</i> <i>ПК-4</i> – <i>зுவ</i>
3. Связи с общественностью как компонент интегрированных коммуникаций	2				8	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3</i> - <i>зுவ</i> <i>ПК-4</i> – <i>зுவ</i>
Раздел 2: Структура коммуникационного пространства в системе интегрированных коммуникаций		0,5/0,5	0,5/0,5					
4. Структура и особенности развития коммуникационного пространства	2				10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3</i> - <i>зுவ</i> <i>ПК-4</i> – <i>зுவ</i>
5. Сообщение и контент как основа коммуникационного пространства	2				10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3</i> - <i>зுவ</i>

					заданий		<i>ПК-4 – зув</i>
Раздел 3: Основные участники коммуникационного процесса и особенности их поведения в системе интегрированных коммуникаций		0,5/0,5	0,5/0,5				
6. Особенности коммуникаций ключевых субъектов	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
7. Управление коммуникациями государственных субъектов	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
8.Общественные негосударственные структуры как источник коммуникаций	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
9. Бизнес-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций. Особенности развития.	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
10.Персональные коммуникации в системе интегрированных коммуникаций	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
11.Особенности ведения корпоративной информационной политики в сложных внешних условиях	2			3	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
Раздел 4: Особенности развития современных интегрированных коммуникаций		0,5/0,5	0,5/0,5				
12.Социальное и технологическое развитие как фактор эволюции коммуникационной среды	2			5	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
13. Глобализация как фактор современных интегрированных коммуникаций	2			5	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
14. Онлайн коммуникаций как основа современных интегрированных коммуникаций	2			5	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
15. Механизмы обратной связи и их особенности в интегрированных коммуникациях	2			5	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув</i>

						заданий		<i>ПК-4 – зув</i>
Раздел 5: Перспективы развития современных интегрированных коммуникаций			0,5/0,5					
16. Управление информационным потоком в современных коммуникациях	2				10	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
17. Кризис глобализации и перспективы интегрированных коммуникаций.	2				9,7	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы, выполнение заданий	Контрольная работа	<i>ОПК-3 - зув ПК-4 – зув</i>
Контрольная работа								
Итого по дисциплине		2/2		2/2	99,7		Промежуточная аттестация (зачет)	

И – в том числе, часы, отведенные на работу в интерактивной форме.

5 Образовательные и информационные технологии

В настоящее время на лекционных и практических учебных занятиях широко применяются информационные технологии. Ознакомление с новым материалом по средством презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению разделов дисциплины. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода, аналитическая работа в группах);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации)

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к семинарским занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты. Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов, ситуационных и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Организационно-методические рекомендации для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Семинар (лат. seminarium - буквально: «рассадник») – учебное занятие, в ходе которого организуется обсуждение фундаментальных или дискуссионных проблем изучаемой науки и связанной с ней практической деятельности.

В целях более подробного и адекватного современной ситуации анализа проблем управления студентам рекомендуется обращаться к периодической литературе и материалам средств массовой информации, в которой можно найти не только аналитические статьи по различным аспектам обозначенных в тематике семинарских занятий проблем, но и статистические данные, материалы прикладного характера, нормативные документы. Целесообразно не ограничиваться указанными источниками, а осуществлять собственный

поиск теоретических и практических материалов, что является одним из элементов самостоятельной информационно-аналитической работы студентов.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине должна включать следующие аспекты:

- 1) знакомство с соответствующими главами учебника; оптимальным был бы вариант работы не с одним учебником, так как разными авторами избран различный подход к предмету, и полезно понять особенности подходов, сравнить их, чтобы выработать свою позицию;
- 2) чтение конспекта лекции;
- 3) чтение и осмысление одного-двух источников из приведенного списка литературы.

Выбор дополнительных первоисточников, которые могут оказать помощь при подготовке к выступлению и позволят организовать на семинаре дискуссию, студент осуществляет по своему усмотрению, в соответствии со своими интересами, ориентируясь на вопросы семинарского занятия.

Выступление на семинаре должно быть достаточно аргументированным, занимать по времени не более трех минут. В ходе выступления желательно сопоставить точки зрения различных авторов на излагаемую проблему. Предпочтительно, чтобы по одному вопросу выступило несколько студентов, высказывая свои мнения, дополняя друг друга. В идеале семинарское занятие должно проходить в форме дискуссии. Результаты работы студентов на семинарских занятиях обязательно учитываются преподавателем при выставлении баллов.

Вопросы рубежного контроля

1. Понятие и сущность интегрированных коммуникаций.
2. Интегрированное обращение: исключение противоречий между всеми видами обращений, их совместимость.
3. Интегрированные коммуникации как социальный институт.
4. Модель и программа интегрированных коммуникаций.
5. PR как канал интегрированной коммуникации.
6. Реклама как механизм общественных связей и отношений.
7. Основные субъекты рекламного процесса и их взаимодействие.
8. Цели и виды политической рекламы: модели рекламного воздействия.
9. Основные средства политической рекламы, их применение и характеристики, алгоритм выбора рекламных средств.
10. Психологические проблемы интегрированных коммуникаций.
11. Рекламные технологии в публичной политике.
12. Роль рекламы в комплексе интегрированных коммуникаций.

Темы рефератов

1. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
2. Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX веке.
3. Теория «информационного общества».
4. Понятие и сущность интегрированных коммуникаций.
5. Интегрированные коммуникации как социальный институт.
6. Модель и программа интегрированных коммуникаций.
7. Дефиниция термина «реклама», ее основное отличие от «публик рилейшнз».
8. Психологические проблемы интегрированных коммуникаций.
9. Рекламные технологии в информационном бизнесе и публичной политике.
10. Роль политической рекламы в комплексе интегрированных коммуникаций.
11. Понятие и сущность связей с общественностью, их роль в системе интегрированных коммуникаций.

12. Сущность, цели и задачи связей с общественностью в публичной политике.
13. Принципы, и функции связей с общественностью.
14. Интегративные и коммуникационные функции связей с общественностью.
15. Интегративные коммуникации: вектор развития «публичных отношений» в публичной политике.
16. Коммуникативная интеграция: новые парадигмы «публичных отношений» в публичной политике.
17. Интеграция PR-технологий: кумулятивный эффект в публичной политике.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

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

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ОПК-3 владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основы делового стиля устной и письменной коммуникации для достижения поставленных профессиональных задач – теоретико-методологический основы эффективной коммуникации в публичной политике – знать функции и виды общения, социально-психологическую структуру общения; – основные модели эффективного делового (профессионального) и публичного общения в русско- и мультиязычной среде; – основные типы нарушений культуры речи в современном русском языке 	<p><i>Перечень теоретических вопросов к зачету:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Интегрированные коммуникации: сущность и задачи. Основные отличия от традиционных коммуникаций. 2. Разработайте модель процесса коммуникации, используя для ее построения перечисленные элементы: получатель; кодирование; ответная реакция; помехи; обратная связь; обращения; средства распространения информации; отправитель; расшифровка. 3. Коммуникативные цели в коммуникативной политике. Стратегии. 4. Обоснуйте, зачем необходимо проводить исследования для коммуникаций. 5. Как в позиционировании коммуникаций обеспечивается соответствие информационных обращений 6. В чем сущность рекламы, и какие основные функции она выполняет. Определите роль рекламы в политике. 7. Опишите преимущества и недостатки основных средств распространения рекламной информации. 8. Деятельность внутрикорпоративных агентств: основные функции. Роль деятельности рекламных агентств в становлении политических отношений в России. 9. Особенности рекламы в электронных и печатных средствах массовой информации. 10. Особенности наружной рекламы и рекламы в местах продаж. Опишите элементы использования. 11. Основные стилистические характеристики рекламных текстов. Опишите основные характеристики теле и радиорекламы, инструменты создания рекламы. 12. Социально-психологические аспекты рекламы. В какой мере реклама формирует

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>и отражает ценности общества. Основные правовые факторы регулирования политической рекламной деятельности.</p> <p>13. Схема взаимодействия PR агентства и политика-клиента.</p> <p>14. Покажите процедуру планирования политических рекламной кампании в сети Интернет. Назовите средства рекламирования в сети Интернет.</p> <p>15. Объясните ключевые концепции медиапланирования и средств распространения политической рекламы.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагать мысли в устной и письменной речи – осуществлять эффективную коммуникацию в сфере публичной политики – ориентироваться в ситуациях делового (профессионального) общения и программировать стратегии и тактики грамотного речевого поведения, анализировать и создавать устные и письменные тексты в соответствии с конкретными потребностями делового, публичного и учебно-научного общения; – квалифицировать причины неграмотной речи, отклонений от нормы в личном и профессиональном общении 	<p>Примерные практические задания для зачета:</p> <p>Кейс. В основе маркетинговой коммуникации в Сети лежит механизм продвижения. Он приводится в действие посредством рекламы, брэндинга товара или услуги, стимулирования сбыта, формирования общественного мнения. Продвижение может осуществляться с помощью одного или нескольких инструментов, перечисленных выше. При этом механизм воздействия на целевую аудиторию может быть различным: информирование; убеждение; воздействие; стимулирование; вовлечение аудитории в процесс покупки, купли – продажи.</p> <p>Вопросы.</p> <p>1) Какие специфические особенности имеют маркетинговые коммуникации в Сети?</p> <ul style="list-style-type: none"> – легко отслеживаются; – PR и рекламные материалы, поданные через систему ИМК в Сети, являются гибкими и могут подаваться в определенном объеме определенной аудитории; – повышают эффективность собственной рекламной кампании и понижать эффективность рекламной кампании конкурентов, поэтому целесообразно отслеживать сайты, наиболее посещаемые потенциальными клиентами; – возможность персонализации ИМК <p>2) Какие специфические особенности ИМК в Сети вы могли выделить дополнительно?</p>
Владеть	– навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде	<p>Тестовые задания:</p> <p>Тестовые задания:</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<ul style="list-style-type: none"> – способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи – эффективными методами и приемами публичных выступлений, основами ораторского мастерства; – навыками речевой и профессиональной культуры в устной и письменной форме; – устной и письменной грамотной (нормативной) речью в ситуациях профессионального общения: публичное выступление, беседа, дискуссия и др. 	<p>1. Интегрированные маркетинговые коммуникации это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) коммуникационный процесс б) многоканальная синхронизированная коммуникация, объединяющая в единое целое три разных направления: связи с общественностью, рекламу и маркетинг; в) двухсторонние связи. <p>2. Связи с общественностью – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) наука б) искусство в) и то и другое <p>3. Реклама – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) размещение позитивной информации о фирме (товаре) в СМИ и на объектах наружного наблюдения б) формирование знания в) ответвление массовой коммуникации <p>4. Коммуникативная личность – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) специалист связей с общественностью б) Личность, имеющая совокупность индивидуальных свойств и характеристик, которые обеспечивают умение выбрать схему передачи информации в конкретной ситуации и адекватно воспринимать информацию в) человек с общительным характером <p>5. Коммуникативная среда – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) все, что окружает человека, что составляет его среду обитания б) средства массовой информации в) место нахождения человека <p>6. Рекламная среда – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) сектор сбыта б) совокупность всех видов рекламной информации на какой-либо территории в) средства массовой коммуникации <p>7. Цель связей с общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> а) формирование ситуации успеха организации в обществе

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		б) формирование эффективной системы коммуникаций социального объекта с его общественностью в) получить как можно прибыли 8. задачи связей с общественностью при работе с организациями: а) создание образа организации как единого члена общества путем налаживания коммуникаций организации с его социальной средой; б) предоставление услуг в конкурентной борьбе; в) расширение сферы влияния организации в обществе; 9. Функции связей с общественностью а) коммуникативная б) аналитическая в) рекламная. 10. Цель интеграции коммуникаций: а) использовать как можно больше каналов коммуникаций в информационной кампании; б) добиться максимального эффекта от затрат на информационную кампанию; в) проинформировать как можно большее число людей.

ПК-4 умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением

Знать	<ul style="list-style-type: none"> – место информации и формировании структур и институтов общества, основы информационной политики государства, законодательные акты информационной политики – научные принципы и практики управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением в сфере публичной политики – каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением 	<p style="text-align: center;"><i>Перечень теоретических вопросов к зачету:</i></p> 16. Определите сильные и слабые стороны газет как рекламоносителя. 17. Опишите структуру телевидения, его организацию, использование в качестве медиасредства рекламы. Преимущества и недостатки телевизионной политической рекламы. 18. Типы интерактивных и новых альтернативных СМИ, их характер воздействия в рекламе. 19. Дайте оценку состояния PR России. Опишите суть концепции PR 20. Обоснуйте значимость основных принципов PR. Какие требования предъявляются к восприятию PR-образа. 21. Схема оценки эффективности PR компании. Методы оценки эффективности пи-
-------	---	--

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>ар-мероприятий. Примеры эффективных российских и зарубежных кампаний.</p> <p>22. Объясните, что такое PR и чем он отличается от рекламы. Инструменты публичных отношений.</p> <p>23. Основные формы делового общения. Выделите наиболее эффективные формы, способствующие развитию связей с общественностью.</p> <p>24. Изложите (тезисно) истоки развития связей с общественностью. Приведите исторические примеры предшественников современных методов работы в области связей с общественностью.</p> <p>25. Какие задачи коммуникационной деятельности решает электронная сеть Интернет.</p> <p>26. Основные составляющие элементы механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций (ЭИК)</p> <p>27. Значение выставочной деятельности в коммуникациях. Организация и проведение выставок. Схема организации участия в выставке.</p> <p>28. Опишите технологии практического и креативного планирования</p> <p>29. Методики создания креативной прямой почтовой рекламы. Повышение эффективности брошюр и буклетов.</p> <p>30. Особенности применения личных и безличных коммуникаций при реализации публичной политики.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – работать с технологиями организации и регулирования эффективных коммуникаций органов государственной власти, МСУ, общественных, профессиональных, творческих и коммерческих организаций с населением – выстраивать стратегию управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – управлять информационным взаимодействием 	<p>Примерные практические задания для зачета:</p> <p>1. Выделите правила проведения тематических, событийных и сезонных PR-акций в системе интегрированных коммуникаций взаимодействия общественных и государственных организаций с населением в профессиональной деятельности.</p> <p>2. Приведите классификацию средств политической рекламы по функционально ориентированному признаку.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	общественных и государственных организаций с населением	
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбору путей достижения. – способами организации управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – способностью применять информационные технологии для обеспечения информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – методами организации и контроля информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением 	<p>Тестовые задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование интегрированной кампании начинается с: <ol style="list-style-type: none"> а) определение целевой аудитории; б) с выбора медиасредств; в) с формирования схемы размещения. 2. Основной элемент фирменного стиля: <ol style="list-style-type: none"> а) гимн; б) логотип; в) бланк. 3. Стратегия интегрированной кампании включает: <ol style="list-style-type: none"> а) составление графика выходов; б) выбор медиасредств; в) выбор медианосителей. 4. Структура современного коммуникационного пространства в концепции Ф. Котлера, включает следующие виды коммуникаций: <ol style="list-style-type: none"> а) реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, личные коммуникации; б) реклама, фирменный стиль, стимулирование продаж, личные коммуникации; в) реклама, коммуникации на выставках, стимулирование продаж, личные коммуникации. 5. К основным характеристикам целевой аудитории относятся: <ol style="list-style-type: none"> а) демографические; б) эстетические; в) физиогномические. 6. Лучшим потенциалом охвата обладают: <ol style="list-style-type: none"> а) телевидение; б) газеты;

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>в) радио.</p> <p>7. К условиям репрезентативности выборки в исследовании не относится:</p> <p>а) соответствие структуре генеральной совокупности;</p> <p>б) размер не менее 700 человек;</p> <p>в) случайность отбора респондентов.</p> <p>8. Наибольшая аудитория у телевидения:</p> <p>а) в июне;</p> <p>б) в январе;</p> <p>в) в декабре.</p> <p>9. Выборка исследования – это:</p> <p>а) всё население, которое изучается;</p> <p>б) группа, которая отражает генеральную совокупность, и среди которой проводится исследование;</p> <p>в) принцип соответствия в медиаисследованиях.</p> <p>10. Ньюслеттер – это:</p> <p>а) Периодичный корпоративный листок-газета;</p> <p>б) Один из видов пресс-релиза;</p> <p>в) Специалист-создатель новостей.</p>

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Итоговая аттестация по курсу - **зачет**

При выставлении оценки «зачтено» экзаменатор учитывает:

- знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной литературы, современных публикаций по программе курса, а также истории науки;
- степень активности студента на семинарских занятиях;
- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;
- наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.
- подготовка реферата (эссе) по темам курса (одна на выбор студента)

Оценка «не зачтено» ставится студенту, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала

Оценка «зачтено» автоматически ставится студенту, набравшему более 70 баллов, студенты, имеющие 50 баллов и более допускаются к сдаче зачета; студенты набравшие меньше 50 баллов к сдаче зачета допускаются только при отработке всех пропусков и передаче всех необходимых работ.

Оценка за итоговую аттестацию не должна рассматриваться как окончательная. Она является составной частью всех видов работ, которые выполнял студент в течение учебного периода. Общая оценка промежуточной аттестации складывается числа баллов, заработанных на рубежных контролях или текущем на тестировании + баллы за посещаемость лекционных занятий + за работу на семинарах и по написанию реферата/эссе. Всего должно быть 100 баллов максимум (100%).

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-425906#page/1>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=358566> . – Режим доступа: по подписке.

б) Дополнительная литература:

1. Тюплина, И. А. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / И. А. Тюплина; МГТУ. - Магнитогорск: МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2280.pdf&show=dcatalogues/1/1129886/2280.pdf&view=true>. - Макрообъект.
2. Чернобровкин, В. А. Основы культуры и межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. А. Чернобровкин; МГТУ. - Магнитогорск: МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2377.pdf&show=dcatalogues/1/1130052/2377.pdf&view=true>. - Макрообъект.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550>. – Режим доступа: по подписке.
4. Коммуникативные исследования. – ISSN 2413-6182. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2591#journal_name. – Загл. с экрана.

в) методические рекомендации

Представлены в приложении

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение:

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7	Д-1227 от 08.10.2018 Д-757-17 от 27.06.2017	11.10.2021 27.07.2018
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-300-18 от 21.03.2018 Д-1347-17 от 20.12.2017	28.01.2020 21.03.2018
7 Zip	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	Свободно распространяемое	бессрочно

Интернет-ресурсы

1. Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). – url: https://elibrary.ru/projst_risc.asp.
2. Поисковая система Академия Google (Google Scholar). – url: <https://scholar.google.ru/>.
3. Информационная система – Единое окно доступа к информационным ресурсам. – url: <http://window.edu.ru/>.
4. Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова. Режим обращения: <http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp> (вход с внешней сети по логину и паролю)
5. Российская Государственная библиотека. Каталоги. Режим обращения: <https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/>
6. Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Scopus». Режим обращения: <http://scopus.com>
7. Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science». Режим обращения: <http://webofscience.com>
8. Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС». Режим обращения: <https://dlib.eastview.com/>

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории	Оснащение аудитории
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации. Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
Помещения для самостоятельной	Персональные компьютеры с пакетом MSOffice, вы-

Тип и название аудитории	Оснащение аудитории
работы: обучающихся	ходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение

Методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов *Подготовка к лекции*

Важным условием освоения теоретических знаний является ведение конспектов лекций, овладение научной терминологией.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы.

Лекция является важнейшей формой организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания
- систематизирует учебный материал
- ориентирует в учебном процессе.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Подготовка к семинарам

Цель семинара – обобщение и закрепление изученного курса. Студентам предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы.

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме.

При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендованную к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке.

Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

С незнакомыми терминами и понятиями следует ознакомиться в предлагаемом глоссарии, словаре или энциклопедии.

Ответ на каждый вопрос из плана семинарского занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, студенты учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях.

Для успешной подготовки к устному опросу, студент должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Студенту надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса.

Студенту необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на семинарском занятии. При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того, чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
- раскрытие сущности проблемы.
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность. Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе

обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Подготовка презентации и доклада

Презентация, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, фотографии, анимация и звук».

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеотрегментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов.

Для **текстовой информации** важен выбор шрифта, для графической – яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Текстовая информация:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловую нагрузку, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилем.

вым оформлением слайда;

- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Единое стилевое оформление:

стиль может включать:

- определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;
- не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;
- все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле.

Практические советы по подготовке презентации:

Готовьте отдельно:

- печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

Текстовое содержание презентации:

- устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
- рекомендуемое число слайдов 17-22;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Подготовка и написание реферата

Реферат, как форма обучения студентов – это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Цель написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

1. титульный лист
2. Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.
3. Основная часть – это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует перегружать текст.
4. Заключение – данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые были выявлены в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.
5. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке. Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов.