



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Т.Е. Абрамзон

03.03.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

PR-СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль/специализация) программы
Социологические и маркетинговые исследования

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Социальной работы и психолого-педагогического образования
Курс	5
Семестр	

Магнитогорск
2019 год

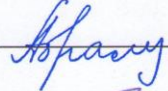
Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования

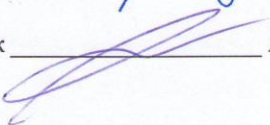
21.02.2020, протокол № 7

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник


Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
03.03.2020 г. протокол № 6

Председатель  Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры СРиППО, канд. пед. наук  А.С. Каминский

Рецензент:

зам. директора по социальным вопросам МУ «Комплексный центр социального обслуживания населения» Правобережного района г. Магнитогорска Челябинской области, канд. пед. наук  Н.Ю. Андрусyak



Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от 22.09.2020 г. № 2

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

формирование представлений о социальной рекламе и PR как феномене общественной жизнедеятельности и рекламной технологии, теоретических и технологических основах социального проектирования. В ходе преподавания дисциплины предполагается решение следующих задач: привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления; сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью; развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина PR-связи с общественностью входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Имиджелогия

Организация, подготовка и презентация социологического исследования

Фокус-группа в социологическом и маркетинговом исследовании

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

В результате освоения дисциплины (модуля) «PR-связи с общественностью» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования
ПК-1.1	Осуществляет подготовку сбора социологических данных, согласовывает организационные и методические вопросы сбора информации с руководителем проекта
ПК-1.2	Осуществляет сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента
ПК-1.3	Контролирует качество полноты и достоверности собранных данных и проверяет соответствие итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 18,4 акад. часов;
- аудиторная – 4 акад. часов;
- внеаудиторная – 14,4 акад. часов
- самостоятельная работа – 121,7 акад. часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 акад. часа

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Предмет и сущность рекламы и связей с общественностью								
1.1 Современная реклама и связи с общественностью: предмет, функции, цели и задачи	5	1/ИИ		1/ИИ	15	Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д	Опрос, практическое задание	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.2 История развития рекламы и связей с общественностью. Традиции и современное состояние. Основные этапы развития рекламы и PR в России					15	Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д	Опрос, практическое задание	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
1.3 Законодательные основы рекламы и связей с общественностью. Общая характеристика законодательного регулирования		1/ИИ		1/ИИ	15	Подготовка к практическому занятию. Работа с электронными библиотеками	Практические задания. Устный опрос	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
Итого по разделу		2/2И		2/2И	45			
2. Реклама и связи с общественностью деятельности организации	В							

2.1 Связи с общественностью и реклама в деятельности организации. Внутрифирменный PR. Фирменный стиль и его составные элементы	5				15	Подготовка к практическому занятию. Поиск дополнительной информации по теме	Практические задания. Устный опрос	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.2 Технология создания рекламных обращений. Основы разработки рекламных объявлений и текстов в PR. Рекламные исследования: цели рекламных исследований потребителей туристских услуг					15	Подготовка к практическому занятию. Подготовка доклада	Практические задания. Устный опрос. Самоотчеты	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.3 Основные мероприятия в системе связей с общественностью					15	Подготовка к практическому занятию. Поиск дополнительной информации по теме	Практические задания. Устный опрос. Самоотчеты	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
Итого по разделу				45				
3. Классификация рекламных и PR-агентств, их эффективность								
3.1 Разработка рекламной и PR-компаний. Классификация рекламных кампаний в связях с общественностью	5				15	изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д.	Опрос, практическое задание	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
3.2 Рекламные агентства и PR-агентства, их функции и типология. Ведущие рекламные PR агентства мира и России					16,7	Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, текущему контролю и т.д.	Опрос, практическое задание	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
Итого по разделу				31,7				
Итого за семестр	2/2И		2/2И	121,7			зачёт	
Итого по дисциплине	2/2И		2/2И	121,7			зачет	

5 Образовательные технологии

В ходе освоения курса предусмотрено использование различных образовательных и информационных технологий и соответствующих форм обучения: традиционные образовательные технологии (информационная лекция, семинар – беседа); технологии проблемного обучения (практическое занятие на основе кейс-метода, проблемная лекция); игровые технологии (деловая игра, ролевая игра); технологии проектного обучения (творческий проект студентов); интерактивные технологии (лекция-беседа, лекция-дискуссия, семинар-дискуссия).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya-438089#page/1>

2. Распутина С. П. PR-связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / С. П. Распутина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2561.pdf&show=dcatalogues/1/1130363/2561.pdf&view=true>

б) Дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-433657#page/1>

2. Питько, О. А. Связи с общественностью в бизнесе : учебно-методическое пособие / О. А. Питько, О. С. Пищугина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2797.pdf&show=dcatalogues/1/1132972/2797.pdf&view=true>. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

1. Методические указания для студентов по подготовке к учебной и научно-исследовательской работе. Сост. Е.В. Олейник, С.Н. Испулова, С.А. Бурилкина. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн.ун-та им. Носова, 2019. – 46с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа

г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 333. Центр дистанционных образовательных технологий Стол рабочий – 4 шт.

Стол компьютерный – 1 шт.

Стол одно тумбовый – 1 шт.

Стул с откидным столиком (пюпитром) – 20 шт.

Кресло «Престиж» - 6 шт.

Компьютер персональный - 5шт,

ИБП APC Back-UPS 500VA - 5шт,

Настольный спикерфон Plantronocs Calistro 620 - 4 шт,

Документ камера Aver Media Aver Vision U15- 5шт,

Графический планшетWacomIntuosPTH-851 - 3шт,

Веб-камера Logitech HD Pro C920 Lod-960-000769- 4шт,

Система настольная акустическая Genius SW-S2/1 200RMS - 4 шт,

Видеокамера купольная Praxis PP-2010L 4-9 - 5шт,

Аудиосистема с петличным радио микрофоном Arthur Forty U-960B – 1 шт,

Система интерактивная Smart Board 480 (экран+проектор) - 1 шт,

Поворотная веб-камера с потолочным подвесом Logitech BCC950 loG-960-000867–

1шт,

Комплект для передачи сигнала- 1 шт,

Пульт управления презентацией Logitech Wireless Presenter R 400 - 1 шт,

Усилитель мощности звуковой волны BOSE -1 шт,

Компьютер персональный для диспетчера - 1 шт,

МФУ Canon- 1шт,

Стереогарнитура (микрофон+наушники) Plantronics Entera)- 4 шт,

Видеорегистратор с жестким диском - 1 шт,

Коммутатор доступа Qtech QSW-2800-28TAC - 1 шт. Windows Professional 8 RUOLPNLAE, № лицензии – 63533738, дата покупки – 14.05.2014, срок действия – бессрочноMicrosoft Office Professional Plus 2013, № лицензии – 63533553, дата покупки 14.05.2014, срок действия – бессрочно Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, № лицензии 1AF2-000451-5712AA16, дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 335. Центр дистанционных образовательных технологий Стол компьютерный – 10 шт.

Стол письменный – 1 шт.

Стул офисный – 20 шт.

Стул – 15 шт.

Документ-камера Epson – 8 шт.

Источник бесперебойного питания POWERCOMIMD-1500AP – 9 шт.

Камера высокого разрешения – 1 шт.

Компьютер персональный (типб) – 9 шт.

Проектор View Sonic PJD7526W– 1 шт.

Спикерфон настольный Calisto-620 Plantronics – 9 шт.

Веб-камера Logitech C920 – 9 шт.

Система акустическая настольная – 9 шт.

Стереогарнитура (микрофон с шумоподавлением) – 9 шт.

Экран настенный Digis Optimal-C MW DSOC-11032*2 -1 шт. Windows Professional 7 Russian, № лицензии – 47818300, дата покупки – 13.12.2010, срок действия- бессрочноMicrosoft Office Professional Plus 2010,

№ лицензии – 60241713, дата покупки 13.04.2012, срок действия – бессрочно

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, № лицензии 1AF2-000451-5712AA16, дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Перечень вопросов к зачету

1. Информационно-коммуникационные PR- технологии.
2. История развития связей с общественностью.
3. Опросы и их значение.
4. Виды общественности.
5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз.
6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз.
7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность.
8. Корпоративный имидж.
9. PR и журналистика.
10. Пресс-конференция.
11. Модели Интернет – присутствия.
12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете.
13. Избирательные кампании.
14. PR-служба в коммерческой структуре.
15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии.
16. Соотношение пиарологии с философией и социологией.
17. Типы исследований общественного мнения в PR.
18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшнз в них.
19. Американское, Канадское и другие PR-организации.
20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.
21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.
22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.
23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по паблик рилейшнз.

Тест для самоконтроля

1. Основным принципом связей с общественностью считается:

- 1) принцип открытого информирования;
- 2) принцип социальной ориентации;
- 3) принцип обратной связи;
- 4) принцип коллегиальности.

2. Систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация форм и содержания информационного источника как эмпирический метод в связях с общественностью:

- 1) бихевиористский метод;
- 2) метод «фокус-группы»;
- 3) контент - анализ;
- 4) кросс-темпоральный метод.

3. К внешней функции в связях с общественностью следует относить:

- 1) внутри корпоративные связи с общественностью;
- 2) создание и продвижение корпоративных СМИ;
- 3) разработку фирменного стиля;
- 4) установление и поддержание отношений со СМИ.

4. Десять характеристик, определяющих уровень корпоративной культуры впервые ввел в научный оборот:

- 1) Э. Бернейз;
- 2) С. Роббинс;
- 3) Т. Джефферсон;
- 4) А. Ли.

5. Требования по общей фундаментальной подготовленности специалиста в области связей с общественностью определяет:

- 1) приказ руководителя учреждения;
- 2) должностная инструкция специалиста;
- 3) государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования;
- 4) директива отраслевого министерства.

6. Целевая аудитория по степени вовлеченности в коммуникационный процесс именуется:

- 1) ключевой или «ядерной»;
- 2) первичной или фундаментальной;
- 3) сложной или транспарентной;
- 4) простой или эвентуальной.

Приложение 2

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК-1: Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования		
ПК-1.1:	Осуществляет подготовку сбора социологических данных, согласовывает организационные и методические вопросы сбора информации с руководителем проекта	Вопросы для подготовки к зачету <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-коммуникационные PR- технологии. 2. История развития связей с общественностью. 3. Опросы и их значение. 4. Виды общественности. 5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз. 6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз. 7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность. 8. Корпоративный имидж. 9. PR и журналистика. 10. Пресс-конференция. 11. Модели Интернет – присутствия. 12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете. 13. Избирательные кампании. 14. PR-служба в коммерческой структуре. 15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии. 16. Соотношение пиарологии с философией и социологией. 17. Типы исследований общественного мнения в PR. 18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшнз в

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>них.</p> <p>19. Американское, Канадское и другие PR-организации.</p> <p>20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.</p> <p>21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.</p> <p>22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.</p> <p>23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по публичным отношениям.</p>
ПК-1.2:	<p>Осуществляет сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента</p>	<p><i>Практические задания:</i></p> <p>1. Найти различие между PR-деятельностью и рекламой, пропагандой, маркетингом; определить результат PR-деятельности.</p> <p>2. Составить текст PR- жанра</p> <p>3. Написать эссе о корпоративной культуре</p> <p>4. Раскрыть тему «Профессиональная этика российского специалиста по связям с общественностью».</p> <p>5. Сообщение: «Типология кодексов профессионального поведения в связях с общественностью».</p> <p>6. Классифицировать рекламу по разным параметрам: по типу целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям и др.</p> <p>7. Охарактеризовать виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, политическая реклама.</p> <p>8. Дать характеристику рекламы по каналам распространения (газетная, журнальная, телевизионная, радиореклама и др.). Выявление преимуществ и недостатков рекламоносителей.</p> <p>9. Практическое задание: классифицировать рекламу любой торговой марки по разным основаниям.</p>
ОПК-1.3:	Контролирует качество полноты и	Практические задания:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	достоверности собранных данных и проверяет соответствие итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам	1. Подготовить доклад: «Проблема коммуникаций и современные информационные технологии в связях с общественностью». 2. Подготовить «пресс-релиз» с учетом требований информационной безопасности в сфере социальной работы. 3. Найти и проанализировать должностную инструкцию специалиста по связям с общественностью в сфере социальной работы

Контрольная работа для студентов заочного отделения по дисциплине: «PR-связи с общественностью»

(Контрольная работа состоит из 2 вопросов теоретического и практического)

Теоретические вопросы:

Перечень вопросов к зачету

1. Информационно-коммуникационные PR- технологии.
2. История развития связей с общественностью.
3. Опросы и их значение.
4. Виды общественности.
5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз.
6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз.
7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность.
8. Корпоративный имидж.
9. PR и журналистика.
10. Пресс-конференция.
11. Модели Интернет – присутствия.
12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете.
13. Избирательные кампании.
14. PR-служба в коммерческой структуре.
15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии.
16. Соотношение пиарологии с философией и социологией.

17. Типы исследований общественного мнения в PR.
18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшинз в них.
19. Американское, Канадское и другие PR-организации.
20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.
21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.
22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.
23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по паблик рилейшнз.

Тему выбираем, согласно списку группы. Например: 1. Аросимов – тема 1; 2. Бузунов – тема 2; 3. Васильев – тема 3 и т.д.

Практический вопрос:

Необходимо проанализировать и представить практику **PR-связи с общественностью** в виде проекта по следующей схеме:

- актуальность заявленной проблемы;
- цель и задачи проекта;
- этапы реализации проекта;
- критерии эффективности проекта;
- план мероприятий проекта;
- формы и методы сопровождения проекта.

Примерный перечень тем: PR-связи с общественностью в организации, PR-связи с общественностью в образовании, PR-связи с общественностью в социальной сфере и т.д.

Требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа выполняется в форме реферата.

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Он представляет собой научно-исследовательскую работу теоретического характера, первый шаг на пути к дипломному проектированию.

Реферат содержит название, оглавление, введение, основную часть, выводы, заключение и список использованной литературы. Название реферата располагается на титульном листе. В названии должна быть отражена суть рассматриваемой проблемы. В нем содержатся ключевые слова (наименования психологических понятий и явлений), связанные с изучаемой проблемой, и указания на тематические рамки, которыми вы собираетесь ограничиться в работе.

Во введении рассматривается актуальность темы с точки зрения современной науки, нынешнего состояния общества и культуры, указывается место обозначенной проблемы среди других, как частных, так и более общих, а также избранное вами направление ее рассмотрения. Введение оканчивается формулированием цели и задач вашего исследования. Цель реферата может заключаться в том, чтобы обобщить или сравнить различные подходы к рассмотрению проблемы, выявить наименее или наиболее изученные ее стороны, показать основной смысл исследовательского направления, наметить пути его дальнейшего развития. Задачи (их может быть несколько) отражают более детальное рассмотрение цели. В качестве задач могут выступать: анализ литературы по избранной теме, сравнение различных подходов к решению проблемы, исторический обзор, описание основных понятий исследования и т.д.

Основная часть посвящена самому исследованию. В ней, в соответствии с поставленными задачами, раскрывается тема реферата. Здесь нужно проследить пути решения поставленной проблемы. Это делается с помощью цитирования и пересказа текста используемых вами литературных источников.

При подготовке реферата студент должен научиться выделять главное в текстах первоисточников, с которыми работает аспирант. Для написания основной части требуется особенно тщательно выделять из прочитанных научных текстов главные положения, относящиеся к проблеме, а затем кратко, логично и литературно грамотно их излагать. С этой целью полезно идти от общего к частному: название и ключевые понятия теории, ее автор, когда была предложена и почему, к каким результатам привела, кем и как критиковалась, кто дополнял и развивал ее, каково современное состояние проблемы. Основная часть может представлять собой цельный текст, а может состоять из нескольких параграфов, начинающихся пронумерованным подзаголовками. Для иллюстрации основного содержания можно использовать рисунки, схемы, графики, таблицы.

Выводы завершают основную часть. В них кратко излагаются основные результаты работы по пунктам, соответствующим задачам исследования и отражается ваше мнение о результатах сравнения или обобщения позиций авторов. В выводах должно быть показано, что цель вашего исследования достигнута.

Заключение представляет собой общий итог работы с кратким перечислением выполненных этапов исследования. Здесь же указаны пути дальнейшего исследования проблемы, возможности практического применения полученных результатов и т.п.

Оформление: Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman; стиль Обычный. Объем работы 20 страниц. Список литературы состоит из 10-15 источников, литература за последние 5-10 лет.

Критерии оценки контрольной работы

При оценке содержания реферата используются следующие критерии:

- умение сформулировать цель работы;
- умение подобрать научную литературу по теме;

- полнота и логичность раскрытия темы;
- самостоятельность мышления;
- стилистическая грамотность изложения;
- корректность выводов;
- правильность оформления работы.

Критерии оценки:

(в соответствии с формируемыми компетенциями и планируемыми результатами обучения):

– на оценку **«зачтено»** – студент:

способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования;

осуществляет подготовку сбора социологических данных, согласовывает организационные и методические вопросы сбора информации с руководителем проекта;

осуществляет сбор информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента;

контролирует качество полноты и достоверности собранных данных и проверяет соответствие итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам

– на оценку **«не зачтено»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач