

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет

Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.06.2.Управление общественными отношениями

на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 39.03.01 – Социология

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Социология управления (для набора 2016, 2017)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

в систематизированном виде представить проблематику управления общественными отношениями, теорию и историю связей с общественностью (PR), виды, основные направления PR-деятельности, технологии связей с общественностью, а также формы и принципы сотрудничества, взаимодействия PR-служб со средствами массовой информации

Задачи изучения дисциплины:

- понимание природы общественных отношений;
- выявление и анализ основных параметров управления общественными отношениями;
- умение критически оценивать различные теоретические подходы и школы, существующие в данной области;
- выявление особенностей организации управления общественными отношениями в России.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к дисциплинам по выбору вариативной части. Изучение данной дисциплины опирается на совокупность всех знаний, накопленных студентами во время освоения дисциплин «Основы социология», «История социологии», «Методология и методика социологических исследований», «Политическая социология», «Социология управления». Дисциплина «Управление общественными отношениями» в своей инструментально-методической, эмпирической и прикладной части (наряду с другими профилирующими дисциплинами) является ориентирующим теоретическим и методическим средством при проведении практики студентов, обучающихся по направлению подготовки – 39.03.01 Социология.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	7 семестр	
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	54	54
лекционные (ЛК)	18	18
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	36	36
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54

Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	8 семестр	
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	12	12
лекционные (ЛК)	6	6
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	96	96
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-1	способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий .
ПК-2	способность участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории

ПК-6	способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность
------	--

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) содержание основных категорий дисциплины 2) классические традиции и современные направления в изучении общественных отношений 3) общие принципы управления общественными отношениями
	Стандартный: 1) различные классификации видов и типов общественных отношений 2) теоретические основы и закономерности изучения управления общественными отношениями 3) методы социологического познания общественных отношений
	Эталонный: 1) основные тенденции и направления исследований PR-менеджмента 2) научно-методологический инструментарий, применяемый в современных исследованиях общественных отношений 3) технологии подготовки, планирования и реализации PR кампаний
Уметь	Пороговый: 1) определять онтологический статус дисциплины, цели, предмет, содержание 2) применять методы управления общественными отношениями 3) выявлять общее и особенное в управлении общественными отношениями на разных уровнях
	Стандартный: 1) анализировать общественные отношения и проблемы управления ими 2) разрабатывать и использовать социологический инструментарий для диагностики общественных отношений 3) организовывать отдельные PR мероприятия
	Эталонный: 1) применять PR технологии 2) разрабатывать рекомендации по управлению общественными отношениями на основе данных социологических исследований 3) использовать механизмы управления общественными отношениями

Владеть	Пороговый: 1) методами исследования общественных отношений 2) основами прогнозирования исхода PR кампании 3) технологиями социального проектирования в управлении общественными отношениями
	Стандартный: 1) методами социологической экспертизы PR кампаний 2) методикой и технологией создания и использования моделей прогнозирования социальных явлений в управлении общественными отношениями 3) основами социального программирования PR
	Эталонный: 1) навыками моделирования общественных отношений стране и регионе 2) механизмами организации проведения PR кампаний 3) технологиями анализа стратегии и тактики PR кампаний

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений.	6	2	2		2
2	2	История изучения общественных отношений.	6	2	2		2
3	3	Правовые основы общественных отношений.	8	2	2		4
4	4	Профессиональные характеристики PR деятельности.	4	0	2		2
5	5	Профессиональное поле PR.	6	0	2		4
6	6	Общественность: понятие и роль в развитии общества.	4	0	2		2
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности.	8	2	2		4
8	8	PR службы в органах власти.	4	0	2		2
9	9	Реклама в системе связей с общественностью.	8	2	2		4

10	10	Коммуникации в организациях.	6	2	2		2
11	11	PR в политике.	6	0	2		4
12	12	PR как бизнес.	8	2	2		4
13	13	PR и средства массовой информации.	4	0	2		2
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.	8	2	2		4
15	15	Общественное мнение как структурный элемент PR.	4	0	2		2
16	16	Классификация PR.	8	2	2		4
17	17	Технологии PR.	4	0	2		2
18	18	Информационное пространство и PR в Забайкальском крае.	6	0	2		4
Итого			108	18	36	0	54

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений.	6	2	0		4
2	2	История изучения общественных отношений.	8	0	2		6
3	3	Правовые основы общественных отношений.	6	0	0		6
4	4	Профессиональные характеристики PR деятельности.	4	0	0		4
5	5	Профессиональное поле PR.	6	0	0		6
6	6	Общественность: понятие и роль в развитии общества.	6	0	0		6
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности.	6	2	0		4
8	8	PR службы в органах власти.	6	0	0		6
9	9	Реклама в системе связей с общественностью.	6	0	0		6
10	10	Коммуникации в организациях.	4	0	0		4
11	11	PR в политике.	8	0	2		6
12	12	PR как бизнес.	6	0	0		6

13	13	PR и средства массовой информации.	4	0	0		4
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.	6	0	0		6
15	15	Общественное мнение как структурный элемент PR.	6	0	0		6
16	16	Классификация PR.	6	2	0		4
17	17	Технологии PR.	8	0	2		6
18	18	Информационное пространство и PR в Забайкальском крае.	6	0	0		6
Итого			108	6	6	0	96

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений. PR как наука и учебная дисциплина.
2	2	История изучения общественных отношений. Подходы к определению PR. Предпосылки возникновения и тенденции развития PR. Специфика формирования и развития российского рынка PR.
3	3	Правовые основы общественных отношений. Правовое регулирование PR. Мировой опыт регулирования PR..Законы и нормативные акты, регулирующие PR-деятельность в России. Уголовное право и PR:практика. Кодексы профессионального поведения как способ саморегулирования в PR. Зарубежные кодексы профессионального поведения и история их появления. Российский кодекс профессиональных и этических принципов поведения в сфере PR и кодекс российского журналиста.
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности. История формирования гражданского общества в России. Сущность межсекторного взаимодействия как социальной категории, его элементы, принципы и формы. Цели общественных организаций, примеры их взаимодействия с государственными и муниципальными органами.

9	9	Реклама в системе связей с общественностью. Сущность и основные цели рекламы. Характеристика основных видов рекламы в зависимости от целей ее использования. Характеристика основных видов рекламы в зависимости от ее конкретных задач. Основные средства распространения рекламы. Особенности использования некоторых средств распространения рекламы.
10	10	Коммуникации в организациях. Понятие и роль коммуникаций в управлении. Процесс коммуникаций, его элементы и этапы. Формы межличностных коммуникаций и их барьеры. Формы организационных коммуникаций, их барьеры. Типы коммуникационных сетей. Управление коммуникациями в организации
12	12	PR как бизнес. Факторы трудоемкости и капиталоемкости в связях с общественностью. Методы бюджетирования. Источники финансирования в связях с общественностью. Смета доходов и расходов. Смета затрат времени, пространства, материалов и продукции. Смета капитальных расходов. Кассовый бюджет. Балансовая смета. Бриф в связях с общественностью. Оценка эффективности в связях с общественностью.
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития. Определение и содержание государственной информационной политики. Концепция государственной информационной политики. СМИ как объект и субъект государственной информационной политики России. Информационное пространство и информационная политика: точки пересечения.
16	16	Классификация PR. PR-сопровождение маркетинга B2C/ B2B (Marketing communications). Корпоративные коммуникации (Corporate communications). Финансовые коммуникации и связи с инвесторами (Financial communications&IR). Внешние связи и GR (Public affairs and government relations). Кризисные коммуникации (Crisis communications). Внутренние коммуникации (Internal and employee communications). Digital коммуникации (Digital communications). Коммуникационные исследования и аналитика (Communication research and analysis). Политические коммуникации (Political communications). Брендинг и продвижение территорий (Territory Branding).

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений. PR как наука и учебная дисциплина.
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности. История формирования гражданского общества в России. Сущность межсекторного взаимодействия как социальной категории, его элементы, принципы и формы. Цели общественных организаций, примеры их взаимодействия с государственными и муниципальными органами.
16	16	Классификация PR. PR-сопровождение маркетинга B2C/ B2B (Marketing communications). Корпоративные коммуникации (Corporate communications). Финансовые коммуникации и связи с инвесторами (Financial communications&IR). Внешние связи и GR (Public affairs and government relations). Кризисные коммуникации (Crisis communications). Внутренние коммуникации (Internal and employee communications). Digital коммуникации (Digital communications). Коммуникационные исследования и аналитика (Communication research and analysis). Политические коммуникации (Political communications). Брендинг и продвижение территорий (Territory Branding).

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений. Исследования в области истории и перспектив развития PR. Уточнение содержания предмета пиарологии по мере усложнения практики PR. Методологические основы пиарологии, ее связей с другими науками, методология PR-исследований. Обобщение опыта европейских связей с общественностью. Создание и легитимизация единого профессионального лексикона. Развитие отраслевых дисциплин пиарологии. Разработка и обоснование теоретических основ PR-деятельности в различных сферах.
2	2	История изучения общественных отношений. Возникновение и тенденции развития рынка услуг по связям с общественностью в России. Эволюция Public Relations (PR) в США, его активное становление как профессии и научной дисциплины. Создание и этапы практической реализации теории PR в Западной Европе.

3	3	Правовые основы общественных отношений. Правовые основы PR-деятельности. Информационное обеспечение отдела PR в управлении персоналом. Профессиональные и личные требования к корпоративным PR-специалистам. Должностная инструкция специалиста по связям с общественностью (PR-менеджер).
4	4	Профессиональные характеристики PR деятельности. Уровни профессиональной организации связей с общественностью. Организационные роли и модели эффективного PR-специалиста. Профессиональные качества специалиста по связям с общественностью, его личные качества. Специалисты по коммуникативным технологиям.
5	5	Профессиональное поле PR. Работа со СМИ (паблисити, media relations). Корпоративный PR (формирование имиджа компании). Управление в кризисных ситуациях или кризис-менеджмент. Отношения с персоналом (HR). Отношения в финансовой сфере (инвестиционный пиар или IR). Отношения с властными структурами и местным населением (также называется взаимодействием с государственными органами, лоббизмом, политическим пиаром или GR). Товарная пропаганда (PR-поддержка продаж или маркетинговый пиар). Внутрикорпоративный или внутренний PR.
6	6	Общественность: понятие и роль в развитии общества. Понятие общественности. Характеристики общественности. PR-общественность.
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности. Основные законодательные документы определяющие взаимодействие власти и общества. Анализ и система взаимодействия власти и общества в Забайкальском крае. Анализ общественных течений Забайкальском крае. Анализ основных программных документов взаимодействия власти и общества. 3. Совершенствования системы взаимодействия власти и общества в Забайкальском крае. Разработка мероприятий по совершенствованию системы взаимодействия власти и общества в Забайкальском крае. Ресурсное обеспечение мероприятий по совершенствованию системы взаимодействия власти и общества в Забайкальском крае.
8	8	PR службы в органах власти. Теоретические аспекты организации службы по связям с общественностью. Нормативно-правовое обеспечение управленческой деятельности. Взаимодействие власти со средствами массовой информации. Совершенствование работы и имиджа.

9	9	Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. Общие требования к рекламе, установленные российским законодательством. Правовая оценка недобросовестной, недостоверной и неэтичной рекламы. Заведомо ложная реклама и ответственность за ее использование. Законодательные ограничения на использование рекламы в средствах массовой информации. Правовые аспекты использования наружной, транспортной и почтовой рекламы. Общие правила и ограничения рекламы отдельных видов товаров. Социальная реклама и спонсорство в системе связей с общественностью.
10	10	Коммуникации, обмен информацией, ее смысловым значением между двумя или более людьми. Совершенствование межличностных отношений в процессе обмена информацией. Проблемы коммуникации в организации и рекомендации по их решению, горизонтальные связи.
11	11	PR в политике. Технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии в позиционировании политического лидера. Информационные технологии создания имиджа. PR-технологии в избирательной кампании. Сравнительный анализ (PR и реклама, PR и пропаганда, PR и создание имиджа).
12	12	PR как бизнес. Коммерческий PR в России в XIX – начале XX в. Роль и задачи PR в бизнесе. Оценка эффективности данной деятельности. Формирование имиджа организации: название, символ, девиз, фирменный стиль. Структура служб PR и основные направления деятельности конкретных сотрудников PR.
13	13	PR и средства массовой информации. Типы средств массовой информации. Критические ситуации в отношениях между СМИ и ПР. Проблемы и специфика политических ПР в России. Роль электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. PR, свобода слова и владельцы СМИ.
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития. Ментальные особенности российского общества как фактор формирования и реализации информационной политики. Историческая ретроспектива формирования российской ментальности. Налаживание эффективных взаимоотношений с другими странами как одна из задач информационной политики. Виртуальный образ России: день сегодняшний. Коррекция виртуальных образов России как задача государственной информационной политики.

15	15	Общественное мнение как структурный элемент PR. Понятие общественного мнения. Масса и общественность, массовое мнение и общественное мнение. Общественное мнение как элемент изучения и построения общественных отношений. Программа и методы изучения общественного мнения.
16	16	Классификация PR. Белый PR, черный PR, (размещение в СМИ «заказных» публикаций или оплата «блокировок»). Серый PR (совмещение белого и черного). Кровавый PR (определение вошло в обиход после 11 сентября 2001 г. и стало употребляться для характеристики информационной составляющей терроризма). PR цвета хаки (информационное воздействие на противника в ходе военных действий). Желтый PR (использование скандалов, раздувание сенсаций, папарацци, эпатаж). Зеленый PR (он получил свое название от цвета американской валюты).
17	17	Технологии PR. Анализ основных средств организации связей с общественностью. Характеристика особенностей политических, медиа и торговых PR-технологий. Использование PR-технологий в информационно-психологической войне.
18	18	Информационное пространство и PR в Забайкальском крае. Информационное пространство современной России. Взаимоотношения власти и масс-медиа: современные аспекты. Информационная политика и практика в Забайкальском крае. Информационное пространство Забайкальского края. СМИ Забайкальского края как субъекты формирования информационного пространства. Аудиовизуальные СМИ края. Периодическая печать в условиях регионализации прессы. Краевая и городская пресса. Районная пресса.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
2	2	История изучения общественных отношений. Возникновение и тенденции развития рынка услуг по связям с общественностью в России. Эволюция Public Relations (PR) в США, его активное становление как профессии и научной дисциплины. Создание и этапы практической реализации теории PR в Западной Европе.

11	11	PR в политике. Технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии в позиционировании политического лидера. Информационные технологии создания имиджа. PR-технологии в избирательной компании. Сравнительный анализ (PR и реклама, PR и пропаганда, PR и создание имиджа).
17	17	Технологии PR. Анализ основных средств организации связей с общественностью. Характеристика особенностей политических, медиа и торговых PR-технологий. Использование PR-технологий в информационно-психологической войне.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений.	Таблица
2	2	История изучения общественных отношений.	Таблица
3	3	Правовые основы общественных отношений.	Эссе
4	4	Профессиональные характеристики PR деятельности.	Презентация MS PP
5	5	Профессиональное поле PR.	Таблица
6	6	Общественность: понятие и роль в развитии общества.	Презентация MS PP
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности.	Таблица
8	8	PR службы в органах власти.	Эссе
9	9	Реклама в системе связей с общественностью.	Таблица
10	10	Коммуникации в организациях.	Таблица
11	11	PR в политике.	Презентация MS PP
12	12	PR как бизнес.	Таблица

13	13	PR и средства массовой информации.	Эссе
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.	Презентация MS PP
15	15	Общественное мнение как структурный элемент PR.	Таблица
16	16	Классификация PR.	Презентация MS PP
17	17	Технологии PR.	Таблица
18	18	Информационное пространство и PR в Забайкальском крае.	Эссе

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Объект, предмет и основные функции общественных отношений.	Таблица
2	2	История изучения общественных отношений.	Таблица
3	3	Правовые основы общественных отношений.	Эссе
4	4	Профессиональные характеристики PR деятельности.	Презентация MS PP
5	5	Профессиональное поле PR.	Таблица
6	6	Общественность: понятие и роль в развитии общества.	Презентация MS PP
7	7	Взаимодействие органов власти и общественности.	Таблица
8	8	PR службы в органах власти.	Эссе
9	9	Реклама в системе связей с общественностью.	Таблица
10	10	Коммуникации в организациях.	Таблица
11	11	PR в политике.	Презентация MS PP
12	12	PR как бизнес.	Таблица
13	13	PR и средства массовой информации.	Эссе
14	14	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.	Презентация MS PP
15	15	Общественное мнение как структурный элемент PR.	Таблица
16	16	Классификация PR.	Презентация MS PP

17	17	Технологии PR.	Таблица
18	18	Информационное пространство и PR в Забайкальском крае.	Эссе

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	лекция	лекции с использованием презентаций	2
3	3	лекция	лекции с использованием презентаций	2
7	7	лекция	лекции с использованием презентаций	2
9	9	лекция	лекции с использованием презентаций	2
16	16	лекция	лекции с использованием презентаций	2
2	2	практическое занятие	учебная дискуссия	2
4	4	практическое занятие	учебная дискуссия	2
8	8	практическое занятие	учебная дискуссия	2
11	11	практическое занятие	учебная дискуссия	2
12	12	практическое занятие	учебная дискуссия	2
14	14	практическое занятие	учебная дискуссия	2
15	15	практическое занятие	учебная дискуссия	2
17	17	практическое занятие	учебная дискуссия	2
18	18	практическое занятие	учебная дискуссия	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Гражданское и политическое в российских общественных практиках / под ред. С.В. Патрушева. – М. : РОССПЭН, 2013. – 525 с.
2. Дорский, А.Ю. Правовое обеспечение PR / А.Ю. Дорский. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
3. Марков, С. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи / С. Марков. – Ростов н/Д. : Феникс, 2005. – 432 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Куканова, Е.В. Основы социологии и политологии : учебник / Е.В. Куканова, П.Д. Павленок. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 293 с.
2. Рой, О.М. Исследования социально-экономических и политических процессов : учебник для академического бакалавриата / О.М. Рой. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 369 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Борцов, Ю.С. Социология : учеб. пособие / Ю.С. Борцов. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 351 с.
2. Выгорбина, А.Е. Этика социальных отношений. Опыт философско-социологического исследования нравственных аспектов права и социальной жизни / А.Е. Выгорбина. – М. : Вузовская книга, 2011. – 372 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Ахременко, А.С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Ч. 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.С. Ахременко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 256 с.
2. Пушкарёва, Г.В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Пушкарёва. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 365 с.
3. Рожков, М.И. Социальная педагогика : учебник для академического бакалавриата / М.И. Рожков, Т.В. Макеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 287 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому студенту предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система elibrary»; «Электронная библиотека диссертаций»).

№ п/п Название сайта Электронный адрес

- 1 Официальный сайт Института социологии Российской академии наук www.isras.ru
- 2 Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН www.isprras.ru
- 3 Официальный сайт международной социологической ассоциации www.isa-sociology.org
- 4 Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения www.wciom.ru
- 5 Официальный сайт Аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр» www.levada.ru
- 6 Официальный сайт Фонда «Общественное мнение» www.fom.ru
- 7 Официальный сайт факультета социологии Российского государственного социального университета www.socio.rgsu.net
- 8 Институт социологии РАН <http://www.isras.ru/>
- 9 Институт научной информации по общественным наукам <http://www.inion.ru/>
- 10 Журнал «Социологические исследования» (Социс) http://www.isras.rssi.ru/R_SocIs.htm

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-412.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-419.

Компьютерный класс.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы. Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК – 30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

При подготовке доклада на практическом занятии или семинаре

- Внимательно прочитайте все свои выписки и конспекты по заданному вопросу;
- Выделите основные теоретические положения, ведущие идеи, подберите к ним соответствующие примеры и факты;
- Наметьте логическую последовательность их изложения;
- Четко определите при доказательстве той или иной идеи тезис и аргументы, установите смысловую связь между ними;
- Продумывая ответ, определите способ изложения, используйте аналогии, проводите параллели, сравнивайте события, факты, опирайтесь на опыт;
- Выступайте кратко, четко, интересно. Заканчивайте свой ответ кратким обобщением, выводом, Постарайтесь уложиться в отведенное время;
- Проанализируйте эффективность своей работы.

Написание эссе

Это вид самостоятельной работы студентов по написанию сочинения небольшого объема и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно.

Тематика эссе должна быть актуальной, затрагивающей современные проблемы области изучения дисциплины, определяется преподавателем.

Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее.

Этот вид работы требует от студента умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения.

Эссе, как правило, имеет задание, посвященное решению одной из проблем, касающейся области учебных или научных интересов дисциплины, общее проблемное поле, на основании чего студент сам формулирует тему. При раскрытии темы он должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость

предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения. Эссе может быть представлено на практическом занятии, на конкурсе студенческих работ, научных конференциях.

Роль студента: подобрать и изучить источники по теме, содержащуюся в них информацию; выбрать главное и второстепенное; составить план эссе; лаконично, но емко раскрыть содержание проблемы и свои подходы к ее решению; оформить эссе и сдать в установленный срок.

Создание материалов-презентаций

Это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Одной из форм задания может быть реферат-презентация. Данная форма выполнения самостоятельной работы отличается от написания реферата и доклада тем, что студент результаты своего исследования представляет в виде презентации. Серией слайдов он передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость.

Слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения. Происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения.

Слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала. Студент при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и другое. Каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует. Во время презентации студент имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов.

После проведения демонстрации слайдов реферата студент должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы.

Роль студента: изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное; установить логическую связь между элементами темы; представить характеристику элементов в краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Составление сводной (обобщающей) таблицы по теме

это вид самостоятельной работы по систематизации объемной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал). Оформляется письменно.

При составлении таблицы рекомендуется:

- определить тему и цель;
- изучить информацию по теме;
- выбрать форму таблицы;
- информацию представить в сжатом виде и заполнить ею основные графы таблицы.

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**