

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

Юридический факультет

Кафедра Международного права и международных связей

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Макаров А.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.08.Управление службой рекламы и связи с общественностью в организации

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.04.01 – Реклама и связи с
общественностью

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

Магистерская программа – Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления (для набора 2018)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Освоение обучающимися современных принципов и основ организации работы агентства и службы рекламы и СО в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре, изучение эффективных технологий управления современным агентством рекламы и СО.

Задачи изучения дисциплины:

1. дать теоретические основы организации работы службы рекламы и связи с общественностью в организации;
2. проанализировать технологию и тактику работы специалиста службы рекламы и связи с общественностью в организации;
3. сформировать представление о эффективных PR-программах и технологиях управления современным агентством рекламы и службы связи с общественностью;
4. исследовать современные средства и возможности службы рекламы и связи с общественностью.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу дисциплин базовой части (Б1.Б8).

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	3 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	12	12
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	24	24
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
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-4	Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность
ПК-5	Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность
ПК-6	Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность
ПК-7	Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; 2) структуру и основное содержание корпоративной культуры, содержание и функции корпоративного кодекса; содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью; 3) основы эффективной рекламной деятельности; 4) основные теории коммуникации;
	Стандартный: 1) технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; 2) цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций; основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции); 3) тенденции современной рекламы; 4) основные теории и концепции взаимодействия людей в организации;

	Эталонный: 1) типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR; 2) документы пресс-службы; историю эволюции взглядов на PR-консультирование. - особенности использования услуг профессиональных PR-консультантов и консалтинговых компаний. - разновидности PR-консалтинга. -особенности применения на практике моделей PR-консалтинга. -механизм передачи консультантом системы знаний персоналу предприятия. - приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе коучинга; 3) основные понятия, правила и этапы современного рекламного дела; 4) основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.
Уметь	Пороговый: 1) оценивать общественное мнение; 2) планировать PR-программу; 3) принимать управленческие решения; 4) анализировать основные показатели эффективной деятельности организации;
	Стандартный: 1) планировать управление общественным мнением; 2) определять PR-стратегию развития организации; применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций; 3) принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности; 4) анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации;
	Эталонный: 1) создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; 2) самостоятельно работать над источниками информации, подготовки информационных материалов различного направления, организации специальных мероприятий, проведения исследований в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации; 3) принимать обоснованные экономические и управленческие решения в области профессиональной деятельности; 4) анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.

Владеть	Пороговый: 1) навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия; 2) навыками исследования PR-программ; 3) базовыми навыками управленческого анализа; 4) базовыми навыками управления в организации;
	Стандартный: 1) методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия; 2) участвовать в консультативной деятельности - применять знания в коммуникационном процессе; 3) основными методами маркетингового анализа; 4) основными инструментами управления в организации;
	Эталонный: 1) технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; 2) основными методами экономического, маркетингового, управленческого анализа ситуаций, связанных с рекламной деятельностью; 3) методами обучения персонала антикризисному поведению; 4) способностью использовать инструменты управления в профессиональной деятельности.

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	1.1	Особенности функционирования агентства рекламы и СО.	14	2	4		8
2	2.1	Особенности функционирования службы рекламы и СО.	14	2	4		8
3	3.1	Кадровая политика и стратегическое планирование деятельности агентства/службы рекламы и связей с общественностью.	22	4	8		10
4	4.1	Технологии управления агентством/службой рекламы и СО.	22	4	8		10
Итого			72	12	24	0	36

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1.1	Информация как основа деятельности агентства рекламы и СО. Теоретические основы деятельности агентства рекламы и СО.
2	2.1	Теоретические основы деятельности службы рекламы и СО в организации. Зависимость службы рекламы и СО от формы собственности и ведомственной принадлежности организации. Основные направления в работе службы рекламы и СО. Аналитическая работа в службе рекламы и СО. Структура и принципы управления современной службой рекламы и СО в организации.
3	3.1	Кадровая политика органов государственной власти и управления в сфере рекламы и СО. Специфика кадровой политики службы рекламы и СО в органах государственной власти. Государственная служба как открытая система агентства рекламы и СО. Кадровые программы в деятельности службы рекламы и СО в государственной организации. Прогнозирование и стратегическое планирование деятельности службы рекламы и СО. Обучение сотрудников и руководителя службы рекламы и СО в государственном учреждении.
4	4.1	Элементы управления службой рекламы и СО в организациях. Этапы управления службой рекламы и СО. Принципы эффективного управления службой рекламы и СО в органах государственной власти и местного самоуправления. Правовые и этические аспекты управления службой рекламы и СО в органах государственной власти и местного самоуправления. Особенности управленческой тактики современной службой рекламы и СО. Технологии управленческой работы специалиста службы рекламы и СО.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1.1	Понятие и природа агентства рекламы и СО. Типы и виды агентств рекламы и СО. Репутация как актив агентства рекламы и СО.

2	2.1	Понятие и природа службы рекламы и СО в коммерческих и государственных организациях: сравнительная характеристика. Технология работы специалиста службы рекламы и СО в организации. Структура и принципы организации современной службы рекламы и СО в России и за рубежом.
3	3.1	Кадровая политика в практической деятельности службы рекламы и СО. Специфика кадровой политики службы рекламы и СО в организациях бюджетной сферы. Поведение и этика специалиста службы рекламы и СО. Работа с руководителем службы рекламы и СО. Основные правила кадровой политики аппарата службы рекламы и СО во время кризиса. Прогнозирование и стратегическое планирование деятельности службы рекламы и СО. Особенности стратегического планирования деятельности службы рекламы и СО в организациях бюджетной сфере, коммерческих структур, органах государственной власти.
4	4.1	Элементы управления агентством рекламы и СО. Этапы управления агентством рекламы и СО. Принципы эффективного управления агентством рекламы и СО. Правовые и этические аспекты управления агентством рекламы и СО. Особенности управленческой тактики современным агентством рекламы и СО в России и за рубежом. Технологии управленческой работы специалиста агентства рекламы и СО. Формы и методы управления современным агентством/службой рекламы и СО. Технологии PR в Интернете. Работа с сайтами и соцсетями в процессе управления агентством/службой рекламы и СО.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1.1	Типичные мероприятия агентств рекламы и СО. Примеры эффективного влияния агентства рекламы и СО на имидж организации.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и собеседованию.

2	2.1	Служебные и имиджевые документы, разрабатываемые службой рекламы и СО. Пресс-секретарь и его функции. Основные направления работы службы рекламы и СО ДИП МИД РФ, администрации Президента России. Основные функции и методы работы службы рекламы и СО в органах самоуправления российских регионов.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и групповому творческому проекту.
3	3.1	Кадровые программы в деятельности агентства рекламы и СО. Поведение специалиста агентства рекламы и СО. Обучение сотрудников и руководителя агентства рекламы и СО. Работа с руководителем агентства рекламы и СО. Основные правила кадровой политики в агентстве рекламы и СО во время кризиса. Прогнозирование и стратегическое планирование деятельности агентства рекламы и СО. Прогнозирование и стратегическое планирование деятельности агентства рекламы и СО в условиях кризиса. Сравнительная характеристика стратегического планирования деятельности агентства рекламы и СО в России и за рубежом.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
4	4.1	Принципы эффективного управления службой рекламы и СО в организациях бюджетной сферы. Работа с конкурентами. Правовые и этические аспекты управления службой рекламы и СО в организациях бюджетной сферы. Практика организации и проведения аккредитации журналистов в РФ. Оценка эффективности управленческой работы специалиста агентства/службы рекламы и СО. Новые средства и возможности управления агентством/службой рекламы и СО. Работа с целевой аудиторией и СМИ через возможности SMM. Коммуникативные аспекты агентства/службы рекламы и СО. Оперативные информационные документы в работе пресс-службы.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и групповому решению проблемных задач.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1.1	Лекционное занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	2
2	2.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	4
3	3.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	8

4	4.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	8
---	-----	----------------------	---	---

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. Казарян И. Р. Коммуникации в системе управления : учеб. пособие / И. Р. Казарян, С. П. Морозов. - Чита : ЧитГУ, 2011. - 151с.
2. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности : учеб. пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. – 4-е изд., стер. – Москва : Академия, 2008. – 240 с. – *. – ISBN 978-5-7695-5207-6 : 210-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68859> — Загл. с экрана. (ЭБС «Лань»)
2. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. (ЭБ « Юрайт») <https://biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036>

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Кукушкин И. В. Управление маркетинговой деятельностью организации: маркетинговый комплекс и рыночные стратегии : учеб. пособие / И. В. Кукушкин, Т. И. Кашурникова, Е. А. Малышев. - Чита : ЗабГУ, 2012. - 180 с. - ISBN 978-5-9293-0762-1 : 129-00.
2. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / В. В. Данилина [и др.] ; под ред. Л. В. Минаевой. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 288 с
3. Управление общественными отношениями : учеб. пособие / под ред. Ю.К. Федулова. - Москва : Вузовский учебник, 2010. - 153 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 254 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68816> — Загл. с экрана. (ЭБС «Лань»)
2. Чумиков А. Н. Переговоры - фасилитация - медиация: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68865> — Загл. с экрана. (ЭБС «Лань»)

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Электронно-библиотечные системы, с которыми у вуза заключен договор

Образовательные ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://studentlibrary.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <http://biblio-online.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система «Троицкий мост» <http://www.trmost.com/>

Научные ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary <http://elibrary.ru/>
2. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru/>

Электронные библиотеки, научно-образовательные и справочные ресурсы открытого доступа:

1. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru/>
2. Библиотека экономической и управленческой литературы <http://eup.ru/Catalog/All-All.asp>
3. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru/read.htm>
4. Библиотека юридической литературы <http://pravo.eup.ru/>
5. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
7. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>
8. Словари и энциклопедии <https://dic.academic.ru/>
9. Библиотека Fiction book <http://fictionbook.ru/>
10. Библиотекарь.Ру <http://www.bibliotekar.ru/>
11. Институт открытого и дистанционного образования <http://www.ode.ru/>
12. Электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий <http://www.iqlib.ru/>
13. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>
14. Русская виртуальная библиотека <http://rvb.ru/>
15. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>
16. Книгафонд <http://www.knigafond.ru/>
17. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

7. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-215. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая. Мультимедийное оборудование (переносное): ноутбук, проектор, экран.

Наименование: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-308.

Лингафонный кабинет.

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы и курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения научно-исследовательской

работы.

Оснащенность: Комплект специальной учебной мебели. ПК – 13 шт. (в т.ч. преподавательский). Мультимедийное оборудование (переносное): ноутбук, проектор, экран, колонки. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и сущностных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем);
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
- уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
- при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
- оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
- при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
- владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).

Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);

- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Разработчик/группа разработчиков: Петров Артем Сергеевич, доцент кафедры
Международного права и международных связей

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2018 г. № 1)**