

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

модуля (курса)

модуля (курса)

«PR – технологии и маркетинг как основа современного менеджмента в образовании»

1. АННОТАЦИЯ

Программа предусматривает знакомство слушателей с маркетингом образовательных услуг, особенностями рынка образовательных услуг современной России, PR в системе маркетинга образовательных услуг, понятием PR и Publicity в образовательном учреждении, инновационной образовательной деятельности и PR., формированием имиджа образовательного учреждения и PR, медиарелейшнз: основными направлениями и инструментарием, Веб-сайтом как инструментом PR, технологиями проведения PR-кампании, технологиями разработки PR-программы.

Основной формой итоговой аттестации слушателя при освоении курса является экзамен .

Цель: формирование и развитие компетенций в области маркетинга образовательных услуг: систематизации представлений о маркетинге образовательных услуг, его субъектах, функциях; целях и задачах PR - деятельности образовательной организации; механизмах формирования и способах построения имиджа образовательного учреждения; осмысления проблем и перспектив развития рынка образовательных услуг в современной России; приобретения опыта и навыков формирования имиджа образовательного учреждения.

2.СОДЕРЖАНИЕ

В данном разделе приводится подробное описание содержания учебных тем. Описание должно соответствовать структуре программы.

Учебная программа по модулю

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы с указанием кол-ва часов, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
1.	2.	3.
1	Маркетинг образовательных услуг	Сущность маркетинга в системе образования. Субъекты маркетинга ОУ, их функции. Объекты маркетинга в образовании. Проблемное содержание и функции маркетинга ОУ: исследование и прогнозирование конъюнктуры рынка ОУ,

		<p>выявление перспективных ОУ и необходимости обновления, определение оптимальных значений объема, качества, ассортимента и сервиса ОУ, ценообразование, коммуникационная деятельность, продвижение и продажи ОУ, а также их сопровождение в процессе потребления. Принципы и методы маркетинга ОУ.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
2	Особенности рынка образовательных услуг современной России	<p>Процессы формирования и развития рынка образовательных услуг в России. Современные тенденции его развития под влиянием глобализации. Международный опыт развития крупных образовательных систем, анализ процессов в сфере образования в России. Нарастание интеграционных процессов и создание новых организационных форм образовательной деятельности.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
3	PR в системе маркетинга образовательных услуг	<p>Цели и задачи PR - деятельности образовательного учреждения: структуризация коммуникативного пространства образовательного учреждения; формирование и поддержание позитивного имиджа; паблисити (создание известности) образовательного учреждения; взаимодействие с федеральными и региональными органами управления образованием, а также с местными органами власти (известность, лоббирование); взаимосвязь с партнерами (поиск форм сотрудничества; обмен информацией; реализация совместных образовательных программ); взаимодействие с конкурентами (поддержание хороших отношений, обмен информацией, выстраивание взаимовыгодных схем взаимодействия); PR – поддержка региональной политики образовательного учреждения (отношения с регионами); взаимодействие с бизнесом (практика, распределение выпускников, реализация корпоративных образовательных программ); фандрейзинг (сбор средств на образовательные цели); создание новых общественных организаций в сфере образования; участие в существующих (обмен мнениями; поиск партнеров и единомышленников; лобби); работа с клиентами (реальными и</p>

		<p>потенциальными); работа с персоналом (командность, корпоративный дух, понимание и поддержка политики руководства).</p> <p>Лекция 2 часа</p>
4	Понятие PR и Publicity в образовательном учреждении	<p>. Требования к эффективному планированию кампании паблисити. Различные виды PR-мероприятий по формированию паблисити с точки зрения классификации, подготовки, проведения. PR-мероприятия, формирующие паблисити Образовательной организации (виды, цели, содержание, их освещение в СМИ)</p> <p>Лекция 2 часа</p>
5	Инновационная образовательная деятельность и PR.	<p>Субъекты, объекты, ресурсы инновационной деятельности ОО. Факторы конкурентоспособности инновационного потенциала ОО. Формы и методы формирования инновационного развития ОО. PR инновационных образовательных проектов как необходимость в современных рыночных условиях. PR-акции.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
6	Формирование имиджа образовательного учреждения и PR.	<p>Необходимость формирования имиджа образовательного учреждения. Структурные компоненты имиджа образовательного учреждения: позитивный образ руководителя; качество образовательных услуг; уровень психологического комфорта; образ персонала; стиль образовательного учреждения; внешняя атрибутика. Механизмы формирования и способы построения имиджа образовательного учреждения.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
7	Медиарилейшнз:	<p>Медиарилейшнз: основные направления и инструментарий. Два направления PR-деятельности образовательного учреждения: его «внешние» PR как одного из многочисленных конкурирующих поставщиков услуг на образовательном рынке и «внутренние» PR непосредственно в процессе образования в стенах данного заведения. Основные инструменты медиарилейшнз в Интернете: электронная почта, как средство оперативной переписки и</p>

		<p>как средство распространения информационных бюллетеней по подписке; распространение пресс-релизов, которое осуществляется как при помощи рассылки по электронной почте, так и при помощи размещения на собственном корпоративном сайте и других тематических сайтах, а так же через информационные агентства; участие в конференциях, форумах, чатах, блогах и социальных сетях; СМИ и пресс-клиппинг; корпоративные сайты организации.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
8	Веб-сайт как инструмент PR	<p>Веб-сайт как инструмент PR. Позиционирование учебного заведения на рынке образовательных услуг, привлечение абитуриентов, спонсоров, партнеров, обеспечение узнаваемости «марки» учебного заведения в регионе, стране, мире – основные цели, для веб-сайта ОО. Этапы создания сайта. Информационная архитектура официального сайта образовательной организации.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
9	Технология проведения PR-кампании	<p>Технология проведения PR-кампании. Виды, направления и методы анализа в PR. Определение PR -кампании, темы, технология подготовки и проведения кампании. Документация в PR -кампании.</p> <p>Лекция 2 часа</p>
10	Технология разработки PR-программы	<p>Технология разработки PR-программы. Стандартная технология разработки PR-программы применительно к образовательному учреждению. Основные этапы, составляющие PR-деятельность(по Дж. Марстоному): R-research — исследование; A-action — разработка плана действий; C-communications — реализация плана; E-evaluation — оценка результатов. Технология получила в литературе название «Система RACE».</p> <p>Лекция 2 часа</p>
	Лабораторные работы	Наименование (кол-во часов)
	Практические занятия (семинары)	<p>8 часов</p> <p>Медиарилейшнз: Веб-сайт как инструмент PR Технология проведения PR-кампании Технология разработки PR-программы</p>

	Стажировка	Тематика (кол-во часов)
	Самостоятельная работа	Тематика (кол-во часов)

3.ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

Самостоятельная работа является важнейшей составной частью учебного процесса и обязанностью каждого студента.

Самостоятельная осуществляется в следующих видах:

Виды самостоятельной работы студента:

Для овладения знаниями:

- чтение и конспектирование текстов (учебников, первоисточников, основной и дополнительной литературы);

Для закрепления и систематизации знаний:

- работа над учебным материалом (учебниками, конспектами лекций, дополнительной литературой), систематизация учебного материала;

- подготовка учебно-исследовательских реферативных работ;

- выполнение контрольных заданий по теоретическим основам дисциплины;

- подготовка презентаций;

Для формирования и совершенствования умений и навыков:

- подготовка сообщения к занятиям по заданной теме (в т.ч. с использованием интерактивных технологий);

- выполнение кейсовых заданий.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

1.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

4.1. Содержание комплекта учебно-методических материалов.

1.Гугина Е.В., Кузенков О.А. Организация самостоятельной работы студентов в Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского. Методические рекомендации.- Н. Новгород, 2012.- 47 с.

2. Типовое положение о реферате разработано учебно-методическим отделом Арза-масского филиала ННГУ, рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета Арза-масского филиала ННГУ (Протокол № 1 от 27 августа 2014 г.).

4.2. Используемые образовательные технологии. Краткое описание

– технология проблемного обучения – стимулирование проявления активности, инициативы, самостоятельности, творчества, решения теоретических и практических задач, развития интеллектуальных способностей: обобщения, систематизации, анализа, синтеза и др. Методы проблемного обучения: проблемное изложение, частично-поисковый метод, исследовательский метод.

– технология обучения в сотрудничестве – формирование умений работать сообща во временных командах и группах, добиваться качественных образовательных результатов на основе межличностной коммуникации, принятия оптимальных решений, развития лидерских качеств. Технология основана на эмоциональных переживаниях, связанных со стремлением к общему успеху и коллективным достижениям, и формировании личностных качеств, необходимых для эффективной работы в команде или в коллективе. Технология предполагает использование метода групповой работы.

– информационные образовательные технологии направлены на овладение средствами поиска, применения и переработки учебной или научной информации средствами компьютерной техники, Интернета, аудио- и видеотехники.

Рекомендации для работы с основной и дополнительной литературой

Изучение литературы очень трудоемкая и ответственная часть в процессе обучения, в частности подготовки к занятию, написанию отчетности оценки текущей успеваемости.

Методические рекомендации

Работа с литературой должна сопровождаться записями в формах (конспект, план, тезисы, аннотация). При этом важно не только привлечь более широкий круг литературы, но и суметь на ее основе разобраться в степени изученности темы. Стоит выявить дискуссионные вопросы, нерешенные проблемы, попытаться высказать свое отношение к ним. Привести и аргументировать свою точку зрения или отметить, какой из имеющихся в литературе точек зрения по данной проблематике придерживаетесь и почему.

По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки. Необходимо вести систематическую работу над литературными источниками. Необходимо изучать не только литературу, рекомендуемую в данных учебно-методических материалах, но и новые, важные издания по курсу. При этом следует выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. В целях прояснения последних нужно обращаться к преподавателю.

Рекомендации для составления конспектов прочитанной литературы

Конспект – это последовательная фиксация информации, отобранной и обдуманной в процессе чтения. Конспект-схема – это схематическая запись прочитанного материала.

Ознакомьтесь с текстом, прочитайте предисловие, введение, оглавление, главы и параграфы, выделите информационно значимые места текста.

Составьте план текста - он поможет вам в логике изложения, сгруппировать материал.

1. Составляя план при чтении текста, старайтесь определить суть мыслей и их границы. Эти места в книге отмечайте. Нужным отрывкам дайте заголовки, формулируя соответствующий пункт плана. Затем снова просмотрите прочитанное, чтобы убедиться, правильно ли установлен «поворот» содержания, уточните формулировки.

2. Стремитесь, чтобы заголовки-пункты плана наиболее полно раскрывали мысли автора. Последовательно прочитывая текст, составляйте к нему черновой набросок плана с нужной детализацией.

3. Записи делайте так, чтобы ее легко можно было охватить одним взглядом.

Сделайте библиографическое описание конспектируемого материала. Выделите тезисы и запишите их с последующей аргументацией, подкрепляя примерами и конкретными фактами. Сгруппируйте факты в логической последовательности, дайте название выделенным пунктам.

Изложите каждый вопрос плана. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает ...», «раскрывает ...» и т.д.).

Текст автора оформляйте как цитату.

В заключении обобщите текст конспекта, выделите основное содержание проработанного материала, дайте ему оценку.

Оформите конспект: выделите разными цветами наиболее важные места так, чтобы они легко находились взглядом.

Методические рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа

Подготовка к занятиям семинарского типа (практическим занятиям) – традиционная форма самостоятельной работы обучающихся, включает отработку лекционного

материала, изучение рекомендованной литературы, конспектирование предложенных источников.

Подготовка к семинарским (практическим) занятиям включает в себя:

- обязательное ознакомление с планом практического занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- изучение дополнительной литературы по теме практического занятия с обязательным конспектированием материала, который понадобится при обсуждении на семинаре.

Помните, что необходимо:

- выписать основные термины и запомнить их дефиниции;
- записывать возникшие во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросы, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- иметь продуманные и аргументировано обоснованные формулировки собственной позиции по каждому вопросу плана практического занятия;
- обращаться за консультацией к преподавателю при возникновении затруднений в освоении материала практической работы.

Подготовка к устному опросу на занятии

Методические рекомендации

1. При подготовке сообщения, ответа используйте несколько источников литературы по выбранной теме (вопросу), используйте печатные издания и источники электронных библиотек или Интернет-ресурсов.

2. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).

3. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или ответа, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.

4. Напишите основные положения сообщения или ответа в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.

5. Перескажите текст сообщения или ответа, корректируя последовательность изложения материала.

6. Подготовленное сообщение может сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Показатели результатов работы для самопроверки:

- полнота и качество информации по заданной теме;
- свободное владение материалом сообщения или доклада;
- логичность и четкость изложения материала;
- наличие и качество презентационного материала.

Рекомендации для написания учебно-исследовательской реферативной работы

Учебно-исследовательская реферативная работа – изложение в письменном виде содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Цель написания учебно-исследовательской реферативной работы – овладение навыками анализа и краткого изложения изученных материалов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к таковым работам. Это самостоятельная работа студента, где раскрывается суть исследуемой проблемы, приводятся различные точки зрения, собственные взгляды на нее. Содержание работы должно быть логическим, изложение материала носит проблемно-тематический характер.

Примерный алгоритм действий при написании учебно-исследовательской

реферативной работы:

1. Подберите и изучите основные источники по теме (не менее 8-10 различных источников).
2. Составьте библиографию.
3. Разработайте план исходя из имеющейся информации.
4. Обработайте и систематизируйте подобранную информацию по теме.
5. Отредактируйте текст с использованием компьютерных технологий.
6. Подготовьте публичное выступление по материалам учебно-исследовательской реферативной работы, желательно подготовить презентацию, иллюстрирующую основные положения работы.

Критерии результатов работы для самопроверки:

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- правильность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата или доклада предъявляемым требованиям.

Рекомендации по выполнению контрольных заданий по теоретическим основам дисциплины

Приступая к выполнению задания, необходимо внимательно ознакомиться с его содержанием и критериями оценки. Необходимо продумать этапы выполнения задания, изучить материалы лекций, изучить рекомендуемую к заданию литературу, пользуясь дополнительными источниками: словарями, энциклопедиям, материалами журналов, Интернет.

Выполнение задания предполагает аналитическую деятельность студента на основе полученных знаний, приведение примеров из педагогической практики, разработку методических материалов.

Результаты выполненных заданий могут быть оформлены в тетради для практических работ, либо на листах формата А4 и представлены на занятиях семинарского типа.

Рекомендации по решению ситуационных задач

Анализ конкретных ситуационных задач будущей профессиональной деятельности магистранта – метод обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях: выявление, отбор и решение проблем; работа с информацией – осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; работа с предположениями и заключениями; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей – навыки групповой работы.

Алгоритм решения ситуационной задачи.

1. Ознакомление с текстом задачи и её анализ.
2. Выдвижение гипотезы. Выбор направления и возможных вариантов действий руководителя, видов деятельности, наиболее подходящих управленческих функций; прогнозирование их результативности; рассмотрение различных вариантов действий и моделей поведения руководителя в данной ситуации.
3. Выбор оптимального варианта действий в данной ситуации. Выбор различных вариантов действий и моделей поведения руководителя в данной ситуации.
4. Детализация. Продумывание оперативной структуры действий руководителя в данной ситуации, определение технологии принятия соответствующих управленческих решений.
4. Анализ предполагаемых результатов. Характеристика предполагаемых изменений, которые должны произойти в управляемой системе благодаря решению задачи.

Рекомендации по подготовке презентации

Мультимедийную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;

- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением. Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому).

Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Для выделения информации следует использовать: жирный шрифт, курсив или подчеркивание, рамки, границы, заливку; разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки; рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.

Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами.

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, также, как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Алгоритм подготовки презентации:

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.

Критерии оценки эссе по итогам анализа PR-программы конкретной образовательной организации

Оценка «отлично» ставится в том случае, если:

- работа выполнена самостоятельно: осмыслены и описаны факты, примеры;
- положения и выводы – аргументированы, обоснованы;
- материал изложен четко, логично, грамотно;
- соблюдены все требования, предъявляемые к оформлению;

Оценка «хорошо» ставится в том случае, если:

- работа выполнена самостоятельно: осмыслены и описаны факты, примеры;
- положения и выводы – не всегда аргументированы, обоснованы;
- материал изложен четко, логично, грамотно;
- соблюдены все требования, предъявляемые к оформлению;

Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если:

- в работе не полно отражены результаты самостоятельной работы;
- отсутствует четкость и грамотность в изложении материала;
- не учтены требования, предъявляемые к структуре работы;
- имеются серьезные ошибки содержательного характера, в оформлении;

Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если:

- отсутствует самостоятельная работа;
- отсутствует четкость в изложении материала;
- не учтены требования, предъявляемые к структуре работы;
- содержание работы не соответствует структуре;
- имеются серьезные ошибки в оформлении.

Критерии и показатели оценивания устного ответа

Показатели	Критерии оценки показателя
Знание материала	<ul style="list-style-type: none"> – содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренным программой; – не полно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала; – не раскрыто основное содержание учебного материала
Последовательность изложения	<ul style="list-style-type: none"> – содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано; – последовательность изложения материала недостаточно продумана; – путаница в изложении материала
Владение речью и терминологией	<ul style="list-style-type: none"> – материал изложен четко, с точным использованием терминологии; – в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии; – допущены ошибки в определении понятий
Применение конкретных примеров	<ul style="list-style-type: none"> – показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; – приведение примеров вызывает затруднение; – неумение приводить примеры при объяснении материала
Знание ранее изученного материала	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано усвоение ранее изученного материала; – с трудом вспоминает ранее изученный материал; – незнание ранее изученного материала
Уровень теоретического анализа	<ul style="list-style-type: none"> – показано умение делать обобщение, выводы, сравнение; – обобщение, выводы, сравнение делаются с помощью преподавателя;

	– полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения
Степень самостоятельности	– содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих вопросов; – содержание материала излагалось с помощью наводящих вопросов и подсказок; – содержание материала излагалось с многочисленными подсказками, показавшими незнание или непонимание большей части учебного материала
Выполнение регламента	– материал изложен в строго определенных рамки, ответы лаконичны; – изложение материала растянуто; – регламент выступления не соблюден.

Критерии выставления оценки на экзамене

Характеристика ответа	Оценка
Правильный, полный	отлично
Правильный, полный после наводящих вопросов преподавателя и ответов на дополнительные вопросы.	хорошо
Правильный в основном, достаточно полный после наводящих вопросов преподавателя и ответов на дополнительные вопросы.	удовлетворительно
Неправильный.	неудовлетворительно

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и для контроля сформированности компетенции

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- индивидуальное собеседование,
- письменные ответы на вопросы.
- защита докладов и рефератов.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

Для проведения итогового контроля сформированности компетенции используются защиты индивидуальных или групповых проектов, оформление и защита отчетов по комплексным практическим работам, защита докладов и рефератов, публичное выступление

Типовые темы учебно-исследовательских реферативных работ

1. Предмет, объект и методы PR.
2. Становление PR как науки и учебной дисциплины.
3. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
4. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях, образовательных организациях.
5. Основные этапы развития PR в России.
6. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
7. Декларация этических принципов PACO.
8. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
9. Имидж образовательной организации: содержание и роль в процессе коммуникации.
10. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
11. Особенности рекламы на телевидении.

12. Особенности рекламы в печатных изданиях.
13. Роль PR в современном обществе.
14. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
15. Основные характеристики и структура медиаплана.
16. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
17. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
18. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий в образовательных организациях.
19. Специфика управления маркетинговой деятельностью образовательной организации.
20. Маркетинговая деятельность как направление педагогического менеджмента в образовательной организации.

Типовые вопросы для устного опроса

1. Охарактеризуйте факторы конкурентоспособности инновационного потенциала образовательной организации.
2. Опишите основные формы и методы формирования инновационного развития образовательной организации.
3. Обоснуйте необходимость PR инновационных образовательных проектов в современных рыночных условиях.
4. Опишите механизмы формирования и способы построения имиджа образовательного учреждения.
5. Раскройте основные инструменты медиарилейшнз в Интернете.

Типовые контрольные задания по теоретическим основам дисциплины

Вариант 1

1. Охарактеризуйте факторы конкурентоспособности инновационного потенциала образовательной организации.
2. Опишите основные формы и методы формирования инновационного развития образовательной организации.
3. Обоснуйте необходимость PR инновационных образовательных проектов в современных рыночных условиях.
4. Опишите механизмы формирования и способы построения имиджа образовательного учреждения.

Вариант 2

1. Раскройте основные инструменты медиарилейшнз в Интернете.
2. В чем цели и задачи PR-деятельности для образовательной организации
3. Какие виды PR можно выделить?
4. Где разрабатывались современные технологии PR?

Вариант 3

1. В России целенаправленная деятельность, направленная на борьбу с распространением за рубежом негативных сведений и формированию позитивного информационного фона, осуществлялась с ...годов.
2. Обозначьте основные черты рекламной коммуникации.
3. В чем Вы видите задачи рекламы?
4. Приведите классификации рекламной деятельности.

Вариант 4

1. Перечислите основные формы наружной транзитной рекламы.
2. Охарактеризуйте виды рекламных роликов.
3. Перечислите преимущества радиорекламы.
4. Охарактеризуйте правила создания радиорекламы

Вариант 5

1. Охарактеризуйте правила создания телерекламы.
2. Позы, жесты и мимика в телерекламе.
3. Перечислите Виды интернет-рекламы.
4. В чем отличие контекстной интернет-рекламы от рекламы в традиционных СМИ

Вариант 6

1. Что такое социальные сети, и как осуществляется продвижение в социальных сетях?
2. В чём преимущества скрытой рекламы в социальных сетях?
3. Способы продвижения в социальных сетях
4. Почему лучше рекламой в социальных сетях заниматься через специализированные агентства?

Вариант 7

1. Виды спама.
2. Опишите виды печатной рекламы.
3. Охарактеризуйте преимущества печатной рекламы.
4. Правила создания рекламного объявления.

Вариант 8

1. Охарактеризуйте преимущества буклета.
2. Наружная реклама. Опишите виды наружной рекламы.
3. Охарактеризуйте нетрадиционные методы рекламы.
4. Что отличает заголовок и слоган?

Вариант 9

1. Этика и профессиональные стандарты public relations.
2. Целевые аудитории в public relations.
3. Перечислите основные функции PR-консультантов.
4. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.

Вариант 10

1. Коммуникативные основы PR - деятельности: понятие коммуникации, дискурс, адресат, цель общения, продукт, результат.
2. Классификация PR-текстов: аналитические материалы и публикации.
3. PR и организация специальных событий: презентации, семинары, конференции, круглые столы, пресс-конференции.
4. Классификация PR-текстов: информационные, иницирующие публикации (пресс-релиз, заявление, приглашение для СМИ, персональное приглашение, байлайнер).

**Этапы выполнения эссе по итогам анализа
PR-программы конкретной образовательной организации**

Содержание этапа
1. Обоснование актуальности изучаемого вопроса
2. Обзор литературы по теме исследования: умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал.
3. Степень раскрытия сущности проблемы: соответствие содержания теме работы; полнота и глубина знаний по теме; обоснованность способов и методов работы с материалом; умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по изучаемому вопросу (проблеме). Описание и осмысленность фактов, примеров, аргументирующих собственную точку зрения.
4. Оформление эссе: стилевое единство текста, единство жанровых черт.
6. Обсуждение работы.

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации (к экзамену)

1. Сущность маркетинга в системе образования. Необходимость применения маркетингового подхода в сфере образования для обеспечения успешной деятельности образовательных учреждений. Цель маркетинговых исследований.
2. Объекты маркетинга в образовании. Классические элементы маркетинга.
3. Обеспечение качества образования посредством инструментов маркетинга. Характеристика изменений отношений образовательных учреждений с внешней средой.
4. Характеристика изменения внутренней среды образовательного учреждения. Идея концепции маркетингового управления с позиций системного подхода.
5. Состояние и тенденции рынка некоммерческих образовательных учреждений. Состояние государственной системы образования в соответствии с тенденциями развития рынка образования.
6. Специфические черты связей с общественностью в государственном некоммерческом образовательном учреждении.
7. Основные этапы организации деятельности по связям с общественностью в общеобразовательном учреждении.
8. Имидж руководителя образовательного учреждения.
9. Личность руководителя и функция управления организационной культурой.
10. Имидж первого лица школы: компоненты и их взаимосвязь.
11. Проблемное содержание и функции маркетинга ОУ: исследование и прогнозирование конъюнктуры рынка ОУ, выявление перспективных ОУ и необходимости обновления, определение оптимальных значений объема, качества, ассортимента и сервиса ОУ, ценообразование, коммуникационная деятельность, продвижение и продажи ОУ, а также их сопровождение в процессе потребления.
12. Типология управленческих стилей.
13. Имидж педагога образовательного учреждения. Личность учителя в современном процессе обучения и воспитания.
14. Особенности профессионального имиджа педагога.
15. Технология построения имиджа учителя.
16. Имидж педагога с позиции сбережения здоровья субъектов образовательного процесса.
17. Имидж преподавателя современного вуза: проблемы формирования и продвижения.

18. Формирование индивидуального имиджа педагога как средство реализации гуманистической концепции образования.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература.

основная литература:

1. Менеджмент в образовании: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Ю. Трапицын [и др.]; под редакцией С. Ю. Трапицына. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 413 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/433372>
2. Семенова Л. М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. М. Семенова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. – 141 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/444427>
3. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. Д. Гуськова, И. Н. Краковская, А. В. Ерастова, Д. В. Родин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 212 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/438218>

дополнительная литература:

1. Плахотникова М. А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для СПО / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/431052>
2. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для СПО / Л. М. Семенова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 141 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/445521>
3. Инновационные процессы в образовании. Тьюторство в 2 ч. Часть 1: учеб. пособие для СПО / С. А. Щенников [и др.]; под редакцией С. А. Щенникова, А. Г. Теслинова, А. Г. Чернявской. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 190 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/438354>
4. Инновационные процессы в образовании. Тьюторство в 2 ч. Часть 2: учеб. пособие для СПО / С. А. Щенников [и др.]; под редакцией С. А. Щенникова, А. Г. Теслинова, А. Г. Чернявской. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 190 с. – ЭБС "Юрайт": [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/438356>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://mon.gov.ru/> – официальный сайт Министерства образования и науки РФ.
2. <http://www.fasi.gov.ru/> – федеральное агентство по науке и инновациям.
3. <http://bibl.tikva.ru/base/B352/B352Content.php> - библиотека
4. <http://sibrc.tsu.ru/modules.php?m=1> - Образовательные ресурсы.
5. <http://www.pedlib.ru/> - Педагогическая библиотека.
6. <http://pedlib.ru/> - Педагогическая библиотека.
7. <http://www.oim.ru> . Международный научный педагогический журнал.
8. <http://festival.1september.ru/> Открытый фестиваль педагогических идей.
9. <http://feb-web.ru/> Фундаментальная электронная педагогика.
10. <http://periodika.websib.ru/> Каталог публикаций по периодике
11. <http://www.koob.ru/pedagogics/> - «Электронная библиотека по педагогике»

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: (ноутбук, проектор, экран).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Материально-технические условия реализации программы:

Материально-техническая база

№ п.п.	Наименование модуля (тем, разделов)	Материально-технические условия для реализации программ (наличие лабораторий, производственных участков и т.п. по профилю программы профессиональной переподготовки)
1.	Маркетинг образовательных услуг	Компьютер, мультимедийный проектор
2.	Особенности рынка образовательных услуг современной России	Компьютер, мультимедийный проектор
3.	PR в системе маркетинга образовательных услуг	Компьютер, мультимедийный проектор
4.	Понятие PR и Publicity в образовательном учреждении	Компьютер, мультимедийный проектор
5	Инновационная образовательная деятельность и PR.	Компьютер, мультимедийный проектор
6	Формирование имиджа образовательного учреждения и PR.	Компьютер, мультимедийный проектор
7	Медиарилейшнз:	Компьютер, мультимедийный проектор
8	Веб-сайт как инструмент PR	Компьютер, мультимедийный проектор
9	Технология проведения PR-кампании	Компьютер, мультимедийный проектор
10	Технология разработки PR-программы	Компьютер, мультимедийный проектор