

**Правительство Российской Федерации  
Санкт-Петербургский государственный университет**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

*учебной дисциплины*

**Творческий практикум  
Creative Practicum**

**Язык(и) обучения *русский***

Трудоёмкость (границы трудоёмкости) в зачетных единицах: 1

Регистрационный номер рабочей программы:

Санкт-Петербург  
2018

## **Раздел 1. Характеристики учебных занятий**

### **1.1. Цели и задачи учебных занятий**

На сегодняшний день становится актуальным изучение механизмов проведения прикладных исследований. Современное знание и понимание процессов принятия политико-государственных решений и их реализация, являются важными элементами, с точки зрения, теории и практики прикладных коммуникаций. В связи с этим в рамках курса «Творческий практикум» студенты 3 курса осваивают методологию и методику прикладных исследований необходимых им для реализации соответствующих проектов в учебной и практической деятельности.

Основной целью курса является приобретение практических навыков подготовки, проведения, обработки результатов и анализа материалов собственных исследований в политико-государственной сфере.

Задачи курса:

- освоение знаний по методологии и методике подготовки и проведения прикладного исследования, его основных этапов;
- формирование умений подготовки программы исследований как в части методологического, так и методико-процедурного разделов;
- приобретение навыков использования основных методов исследований в практической работе специалистов по связям с общественностью и рекламе;
- умение осуществлять обработку результатов, проведенного исследования, проводить анализ полученных данных, подготавливать итоговые отчеты по результатам исследования.

### **1.2. Требования подготовленности обучающегося к освоению содержания учебных занятий (пререквизиты)**

Для успешного освоения курса обучаемый должен иметь предварительную подготовку в объеме общеобразовательных дисциплин.

### **1.3. Перечень результатов обучения (learning outcomes)**

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- знать структуру и специфику деятельности современных структур осуществляющих исследовательскую деятельность;
- уметь разрабатывать программу исследования, применительно к PR и рекламным кампаниям в государственно-политической сфере;
- владеть навыками сбора и анализа информации в рамках рекламной и PR-кампании в государственно-политической сфере.

### **1.4. Перечень и объём активных и интерактивных форм учебных занятий**

В процессе изучения курса применяются следующие активные и интерактивные методы обучения:

- в рамках лекционных занятий
  - лекция-беседа;
  - лекция-презентация;
  - лекция с разбором конкретных ситуаций.
- в рамках семинарских занятий
  - традиционное занятие;
  - проблемный семинар;
  - обсуждение докладов-презентаций.

## Раздел 2. Организация, структура и содержание учебных занятий

### 2.1. Организация учебных занятий

#### 2.1.1 профиль Стратегические коммуникации в бизнесе и политике

Трудоёмкость, объёмы учебной работы и наполняемость групп обучающихся																		
Период обучения (модуль)	Контактная работа обучающихся с преподавателем											Самостоятельная работа			Объём активных и интерактивных форм учебных занятий	Трудоёмкость		
	лекции	семинары	консультации	практические занятия	лабораторные работы	контрольные работы	коллоквиумы	текущий контроль	промежуточная аттестация	итоговая аттестация	под руководством преподавателя	в присутствии преподавателя	сам. раб. с использованием методических материалов	текущий контроль (сам. раб.)			промежуточная аттестация (сам. раб.)	итоговая аттестация (сам. раб.)
<b>ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ</b>																		
<b>очная форма обучения</b>																		
Семестр 1				12		4							9		9		16	1
итого																		
Формы текущего контроля успеваемости, виды промежуточной и итоговой аттестации																		
Период обучения (модуль)	Формы текущего контроля успеваемости			Виды промежуточной аттестации			Виды итоговой аттестации (только для программ итоговой аттестации и дополнительных образовательных программ)											
<b>ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ</b>																		
<b>очная форма обучения</b>																		
Семестр 6								зачет										

### 2.2. Структура и содержание учебных занятий

**профиль Стратегические коммуникации в бизнесе и политике** Очная форма обучения

Период обучения (модуль): Семестр 6

№ п/п	Наименование темы (раздела, части)	Вид учебных занятий	Количество часов
1	Специфика российских и иностранных литературных источников в области рекламы и связей с общественностью в государственно-	лекции	-
		семинары	2

	политической сфере.	по методическим материалам	3
2	Основы культуры работы с офф-лайн и он-лайн зарубежными библиографическими источниками в области рекламы и связей с общественностью.	лекции	-
		семинары	2
		по методическим материалам	2
3	Работа с текстами из классической монографической литературы (перевод, реферирование, составление проблемных эссе, формирование понятийного словаря английского языка по профилю получаемой специальности и т. д.).	лекции	-
		семинары	2
		по методическим материалам	1
4	Понятийный аппарат теории рекламы и связей с общественностью, принятый и используемый за рубежом.	лекции	-
		семинары	2
		по методическим материалам	1
5	Обзор методов анализа эмпирической информации в деятельности политических консультантов. Технологии политического анализа и политического маркетинга в деятельности политических консультантов.	лекции	-
		семинары	2
		по методическим материалам	1
6	Анализ современных исследований в сфере политических коммуникаций и электоральных технологий. Тенденции в сфере рекламы и связей с общественностью в политической сфере.	лекции	-
		семинары	2
		по методическим материалам	1

### **Раздел 3. Обеспечение учебных занятий**

#### **3.1. Методическое обеспечение**

##### **3.1.1 Методические указания по освоению дисциплины**

Аудиторная работа обеспечивается наличием всего комплекса учебно-методических материалов, нормативных и учебных документов по материалам учебных разделов курса, доступностью справочной информации также возможностью сбора, получения, анализа любых данных.

На занятиях используется мультимедиа–проектор (или компьютерный класс) для проведения презентаций и демонстрации других материалов занятий. Успешное освоение дисциплины предполагает обязательную работу на практических занятиях, самостоятельное выполнение заданий для закрепления приобретенных знаний и умений. Освоение дисциплины предполагает практические и лекционные активные формы, прохождение аттестации в форме зачета.

##### **3.1.2 Методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обеспечивается наличием учебно-методических материалов (УММ), размещенных на сайте Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» (<http://jf.spbu.ru/stu/>). В УММ указываются а) вопросы для рассмотрения на лекционных и семинарских занятиях, б) контрольные вопросы для промежуточной аттестации, в) литература к курсу.

##### **3.1.3 Методика проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации и критерии оценивания**

Критерии оценки (зачет):

Форма проведения зачета - письменная, предлагается 1 вопрос, на подготовку которого предоставляется 20 минут.

Оценка «незачтено» выставляется магистранту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не ответивший по существу поставленного вопроса.

Оценки «зачтено» выставляется в остальных случаях.

##### **3.1.4 Методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (контрольно-измерительные материалы, оценочные средства)**

Вопросы к зачету по курсу:

1. *Специфика российских и иностранных литературных источников в области рекламы и связей с общественностью в государственно-политической сфере.*
2. *Принципы работы с офф-лайн и он-лайн зарубежными библиографическими источниками.*
3. *Понятийный аппарат теории рекламы и связей с общественностью, принятый и используемый за рубежом.*
4. *Методы сбора эмпирической информации.*
5. *Метод экспертной оценки.*
6. *Методы анализа и интерпретации данных.*
7. *Метод опроса.*
8. *Метод фокус-групп.*
9. *Технологии политического анализа и политического маркетинга в деятельности политических консультантов*
10. *Основные тенденции в сфере рекламы и связей с общественностью в политической сфере.*

### **3.1.5 Методические материалы для оценки обучающимися содержания и качества учебного процесса**

Оценка обучающимися содержания и качества учебного процесса осуществляется в рамках ежегодного анкетирования студентов и магистрантов Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ по всем дисциплинам текущего учебного года.

Анкета-отзыв на дисциплину «Творческий практикум»

Просим Вас заполнить анкету-отзыв по прочитанной дисциплине. Обобщенные данные анкет будут использованы для ее совершенствования. По каждому вопросу проставьте соответствующие оценки по шкале от 1 до 10 баллов (обведите выбранный Вами балл). В случае необходимости впишите свои комментарии.

1. Насколько Вы удовлетворены содержанием дисциплины в целом?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

2. Насколько Вы удовлетворены общим стилем преподавания?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

3. Как Вы оцениваете качество подготовки предложенных методических материалов?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

4. Насколько Вы удовлетворены использованием преподавателями активных методов обучения (электронные версии занятий, интерактивные лекции, компьютерный анализ качества объектов учебного процесса и т.п.)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

5. Какую из тем дисциплины Вы считаете наиболее полезной, ценной с точки зрения дальнейшего обучения и/или применения в последующей практической деятельности?

Комментарий \_\_\_\_\_

6. Что бы Вы предложили изменить в методическом и содержательном плане для совершенствования преподавания данной дисциплины?

Комментарий \_\_\_\_\_

СПАСИБО!

### **3.2. Кадровое обеспечение**

#### **3.2.1 Образование и (или) квалификация штатных преподавателей и иных лиц, допущенных к проведению учебных занятий**

К чтению лекций должны привлекаться преподаватели, имеющие ученую степень и/или ученое звание, имеющие опыт планирования и организации учебного процесса, а также главные и ведущие специалисты в этой области.

Требования к квалификации преподавателей могут быть изменены по решению Ученого совета Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

#### **3.2.2 Обеспечение учебно-вспомогательным и (или) иным персоналом**

Учебно-вспомогательный и инженерно-технический персонал должен иметь соответствующее образование, и обладать навыками организации работы с пользовательскими программными продуктами в локальной сети компьютерного класса и в Интернете.

### **3.3. Материально-техническое обеспечение**

#### **3.3.1 Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий**

Количество посадочных мест должно быть не менее количества слушателей в группе (лекционном потоке).

3.3.2 Характеристики аудиторного оборудования, в том числе неспециализированного компьютерного оборудования и программного обеспечения общего пользования  
Оборудование, позволяющее демонстрировать компьютерные презентации. Программное обеспечение: MS Office 2007 и выше, совместимые с Windows программы (Adobe flash player и т.д.).

Доска или flip-чарт для оперативных записей и рисунков.

3.3.3 Характеристики специализированного оборудования

Нет.

3.3.4 Характеристики специализированного программного обеспечения

Нет.

3.3.5 Перечень и объемы требуемых расходных материалов

Фломастеры цветные, губки, бумага формата А4, канцелярские товары, картриджи принтеров, диски, флеш-накопители и др. в объеме, необходимом для организации и проведения занятий, по заявкам преподавателей, подаваемым в установленные сроки

### **3.4. Информационное обеспечение**

#### **3.4.1 Список обязательной литературы**

1. Бизнес-коммуникации: учебное пособие / С.Н. Большаков, М.О. Потолокова; Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций: Кафедра теории коммуникации. - СПб. : Филологический факультет СПбГУ : Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2012.

2. Волчков А. Ю., Рокотянская Н. А. Политический маркетинг: политико-социологический аспект : монография. Магадан : Ноосфера, 2012. 218 с.

3. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама: Учеб. пособ. для студ.вузов. 2-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2012

#### **3.4.2 Список дополнительной литературы**

1. Большаков С. Н. Информационно-коммуникационное пространство электорального процесса: учебное пособие. СПб. : РГПУ им. А.И. Герцена, 2010. 142 с.

2. Игры в солдатики. Политическая психология президентов : монография / Е. Егорова-Гантман. - М. : Группа компаний «Николо М», 2003. - 336 с.

3. Новое политическое целевое планирование : монография / Х. Мэлчоу. - М. : Группа компаний «Николо М», 2004. - 276 с.

#### **3.4.3 Перечень иных информационных источников**

Электронные образовательные ресурсы (ЭОР):

[www.eapc.eu](http://www.eapc.eu)

[www.fpp.spb.ru](http://www.fpp.spb.ru)

[www.iapc.org](http://www.iapc.org)

[www.mlg.ru](http://www.mlg.ru)

[www.nikkolom.ru](http://www.nikkolom.ru)

[www.polit.ru](http://www.polit.ru)

[www.political-technology.ru](http://www.political-technology.ru)

[www.politstudies.ru](http://www.politstudies.ru)

[www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

[www.sitnikov.com](http://www.sitnikov.com)

[www.theaapc.org](http://www.theaapc.org)

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Юрайт» <http://cufts.library.spbu.ru/CRDB/SPBGU/browse>

2. ЭБС «Издательство Лань» <http://cufts.library.spbu.ru/CRDB/SPBGU/browse>
3. <http://www.book.ru/> - электронная библиотека BOOK.ru
4. <http://www.knigafund.ru/> - Электронная библиотечная система «Книгафонд»

#### **Разработчики программы**

Кузьмин Алексей Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент, кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении.

Минтусов Игорь Евгеньевич, доцент, кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении.