

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Терешина Наталья Петровна, д.э.н., профессор

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Реклама и связи с общественностью в транспортной отрасли**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Направление подготовки:  | <u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u> |
| Профиль:                 | <u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>  |
| Квалификация выпускника: | <u>Бакалавр</u>                                     |
| Форма обучения:          | <u>очная</u>  |
| Год начала подготовки    | <u>2020</u>   |

|  |  |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">Одобрено на заседании<br/>Учебно-методической комиссии института<br/>Протокол № 1<br/>31 августа 2020 г.<br/>Председатель учебно-методической<br/>комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p> | <p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 1<br/>31 августа 2020 г.<br/>Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p> |
|--|--|

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна  
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: познакомить студентов с теоретическими представлениями об организации и работе отделов рекламы и связей с общественностью, с основными принципами организации информационно-аналитических отделов, системно раскрыть базовые понятия основ рекламы и связей с общественностью, как социального института, реализующего коммуникативную политику государственного ведомства (учреждения), проблемы и инструменты управления и реализации основных функций рекламы и связей с общественностью в открытой двусторонней связи в рамках политических коммуникаций. В процессе обучения студенты должны получить знания, раскрывающие основные структурно-организационные принципы формирования отделов, как основных подразделений компании обеспечивающих межграничную функцию, позволяющую формировать корпоративные позиции организации в транспортной отрасли. Особое внимание уделяется теоретическим основам связей с общественностью как институту в системе политического управления в формировании информационного поля и контекстного позиционирования органа государственной власти.

К задачам изучения данного курса необходимо отнести: научить студентов строить организационные структуры подразделений для организаций разных типов на основе научных принципов и современной практики, закрепить навыки и умения в исследовательском, аналитическом, творческом сегменте деятельности отделов рекламы и связей с общественностью на предприятиях транспортной отрасли; изучение основных представлений о функционировании корпоративной организации в условиях развития современного транспортного рынка; ознакомление будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью со структурой и принципами организации информационных коммуникаций компании с различными целевыми аудиториями; знание особенностей реализации различных видов коммуникации (внутренней и внешней) в условиях функционирования и развития современного общества; ознакомление студентов с основными методами работы подразделений рекламы и связей с общественностью, с помощью которых можно адаптировать деятельность организации к изменениям внешней среды; привить навыки работы с данными методами для получения более объективной информации о проблемах взаимодействия с первичными, вторичными и третичными целевыми аудиториями в рамках предоставления транспортных услуг.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Реклама и связи с общественностью в транспортной отрасли" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Основы маркетинга:**

Знания: принципы SWOT анализа применительно к своим сильным и слабым сторонам

Умения: критически оценивать свои достоинства и недостатки

Навыки: умением критически оценивать свои достоинства и недостатки

#### **2.1.2. Основы менеджмента:**

Знания: основы научного подхода, правила элементарной логики, принципы SMART для постановки целей

Умения: воспринимать, обобщать анализировать информацию

Навыки: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки целей и выбору путей её достижения

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

2.2.2. Форсайт на транспорте

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

| № п/п | Код и название компетенции   | Ожидаемые результаты  |
|-------|--|---|
| 1     | ПКС-1 Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли | ПКС-1.1 Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия.<br>ПКС-1.2 Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли.<br>ПКС-1.3 Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса.<br>ПКС-1.4 Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью. |

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

| Вид учебной работы   | Количество часов        |           |
|--|-------------------------|-----------|
|  | Всего по учебному плану | Семестр 5 |
| Контактная работа  | 64                      | 64,15     |
| Аудиторные занятия (всего):  | 64                      | 64        |
| В том числе:   |                         |           |
| лекции (Л)   | 32                      | 32        |
| практические (ПЗ) и семинарские (С)                                | 32                      | 32        |
| Самостоятельная работа (всего)                                     | 80                      | 80        |
| ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:                               | 144                     | 144       |
| ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:                            | 4.0                     | 4.0       |
| Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля) | ПК1, ПК2                | ПК1, ПК2  |
| Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)                     | ЗаО                     | ЗаО       |

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

| № п/п | Семестр | Тема (раздел) учебной дисциплины  | Виды учебной деятельности в часах/<br>в том числе интерактивной форме |    |       |     |    |       | Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации |
|-------|---------|---|---|----|-------|-----|----|-------|---|
|       |         |   | Л   | ЛР | ПЗ/ТП | КСР | СР | Всего |   |
| 1     | 2       | 3   | 4   | 5  | 6     | 7   | 8  | 9     | 10  |
| 1     | 5       | Раздел 1<br>Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг   | 16  |    | 16    |     | 28 | 60    |   |
| 2     | 5       | Тема 1.1<br>Термины и определения сервиса и услуг на транспорте. Рынок как условие и объективная основа коммуникационных форм воздействия на целевые аудитории. Статус отдела по рекламе и связям с общественностью в транспортной отрасли. | 8   |    | 6     |     |    | 14    |   |
| 3     | 5       | Тема 1.3<br>Показатели развития рынка транспортных услуг: место и роль РиСО в рамках продвижения продукта и услуги  | 8   |    | 10    |     |    | 18    | ПК1,<br>ТК-1 тест   |
| 4     | 5       | Раздел 2<br>Рекламные и PR-основы совершенствования транспортного обслуживания  | 6   |    | 8     |     | 20 | 34    |   |
| 5     | 5       | Раздел 3<br>Анализ деятельности информационно-коммуникационной политики Министерства транспорта РФ  | 10  |    | 8     |     | 32 | 50    | ПК2,<br>Опрос,<br>тестирование                                  |
| 6     | 5       | Раздел 4<br>дифференцированный зачет  |   |    |       |     |    | 0     | ЗаО   |
| 7     |         | Всего:  | 32  |    | 32    |     | 80 | 144   |   |

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

| № п/п | № семестра | Тема (раздел) учебной дисциплины   | Наименование занятий  | Всего часов/ из них часов в интерактивной форме |
|-------|------------|--|---|---|
| 1     | 2          | 3  | 4   | 5   |
| 1     | 5          | РАЗДЕЛ 1<br>Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг<br>Тема: Термины и определения сервиса и услуг на транспорте. Рынок как условие и объективная основа коммуникационных форм воздействия на целевые аудитории. Статус отдела по рекламе и связям с общественностью в транспортной отрасли. | Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг<br><br>1.1. Термины и определения сервиса и услуг на транспорте<br>1.1. Рынок как условие и объективная основа коммуникационных форм воздействия на целевые аудитории<br>1.2. Статус отдела по рекламе и связям с общественностью в транспортной отрасли. | 6   |
| 2     | 5          | РАЗДЕЛ 1<br>Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг<br>Тема: Показатели развития рынка транспортных услуг: место и роль РиСО в рамках продвижения продукта и услуги  | Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг<br><br>Показатели развития рынка транспортных услуг: место и роль РиСО в рамках продвижения продукта и услуги   | 10  |
| 3     | 5          | РАЗДЕЛ 2<br>Рекламные и PR-основы совершенствования транспортного обслуживания   | Рекламные и PR-основы совершенствования транспортного обслуживания<br><br>2.1. Общие принципы деятельности<br>2.2. Создание и функционирование операторских компаний<br>2.3. Сегментирование рынка перевозок с точки зрения РиСО.   | 8   |

| № п/п  | № семестра | Тема (раздел) учебной дисциплины   | Наименование занятий   | Всего часов/ из них часов в интерактивной форме |
|--------|------------|--|--|---|
| 1      | 2          | 3  | 4  | 5   |
| 4      | 5          | РАЗДЕЛ 3<br>Анализ деятельности информационно-коммуникационной политики Министерства транспорта РФ | Анализ деятельности информационно-коммуникационной политики Министерства транспорта РФ<br><br>3.1. Информационно-коммуникационная политика органа государственной власти федерального уровня: электронное правительство как механизм государственного управления<br>3.2. Система государственного управления современной России: основные характеристики современной пресс-службы в системе государственного управления<br>3.3. Информационно-коммуникационная политика Министерства транспорта РФ | 8   |
| ВСЕГО: |            |  |  | 32/0  |

#### 4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.



## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

| № п/п  | № семестра | Тема (раздел) учебной дисциплины   | Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы  | Всего часов |
|--------|------------|--|--|-------------|
| 1      | 2          | 3  | 4  | 5           |
| 1      | 5          | РАЗДЕЛ 1<br>Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг                                  | Коммуникационный комплекс на рынке транспортных услуг<br><br>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.<br>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.<br>3. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2].<br>4. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.                                  | 28          |
| 2      | 5          | РАЗДЕЛ 2<br>Рекламные и PR-основы совершенствования транспортного обслуживания                     | Рекламные и PR-основы совершенствования транспортного обслуживания<br><br>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.<br>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.<br>3. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2].<br>4. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.                     | 20          |
| 3      | 5          | РАЗДЕЛ 3<br>Анализ деятельности информационно-коммуникационной политики Министерства транспорта РФ | Анализ деятельности информационно-коммуникационной политики Министерства транспорта РФ<br><br>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.<br>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.<br>3. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2].<br>4. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме. | 32          |
| ВСЕГО: |            |  |  | 80          |

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

| № п/п | Наименование   | Автор (ы)  | Год и место издания<br>Место доступа  | Используется при изучении разделов, номера страниц |
|-------|--|--|---|--|
| 1     | Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров                           | И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов     | Москва : Издательство Юрайт, , 2020<br>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<br><a href="https://urait.ru/bcode/466182">https://urait.ru/bcode/466182</a><br>(дата обращения: 14.07.2020). | Все разделы  |
| 2     | Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров | В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед | Москва : Издательство Юра, 2020<br>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<br><a href="https://urait.ru/bcode/448047">https://urait.ru/bcode/448047</a><br>(дата обращения: 14.07.2020).     | Все разделы  |

### 7.2. Дополнительная литература

| № п/п | Наименование   | Автор (ы)                                      | Год и место издания<br>Место доступа  | Используется при изучении разделов, номера страниц |
|-------|--|--|---|--|
| 3     | Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов | М. Р. Душкина                                  | Москва : Издательство Юрайт, , 2020<br>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<br><a href="https://urait.ru/bcode/448344">https://urait.ru/bcode/448344</a><br>(дата обращения: 14.07.2020). | Все разделы  |
| 4     | Связи с общественностью : учебное пособие для вузов                            | / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов | Москва : Издательство Юрайт, 2020<br>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<br><a href="https://urait.ru/bcode/451046">https://urait.ru/bcode/451046</a><br>(дата обращения: 14.07.2020).   | Все разделы  |

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

[http://miit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)  
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))  
<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))  
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))  
<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ,

## **ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

### **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

### **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В качестве основной формы проведения практических занятий по учебной дисциплине рекомендуется заслушивание и обсуждение докладов, предварительно подготовленных студентами (как индивидуально, так и коллективно) в ходе самостоятельной работы. В качестве темы доклада может быть выбран вопрос к соответствующей теме практического занятия.

В ходе подготовки студента к практическому занятию. В библиотеке самостоятельно необходимо найти учебную и методическую литературу по вопросам дисциплины. В методических указаниях приведен библиографический список, включающий основную и дополнительную литературу.

В библиотеке студент может воспользоваться алфавитным, систематическим и электронным каталогами. Библиотечные каталоги раскрывают читателям фонд библиотеки. Важными справочными источниками по самостоятельной работе студентов являются справочные и энциклопедические издания, словари, где даны объяснения терминов. С проблемами поиска информации следует обращаться к библиографам библиотеки.

Для повышения эффективности самостоятельной работы рекомендуется делать конспекты. Конспектирование является одним из способов активизации познавательной деятельности студентов. Конспектирование - краткое письменное изложение содержания статьи, книги, доклада, лекции, включающее в себя в сжатой форме основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.п. Начиная конспектировать источник, необходимо записать фамилию автора, полное название работы, указать год и место издания. Рекомендуется отмечать в тексте конспекта страницы источника, чтобы можно было быстро отыскать нужное место в книге. Процесс работы над источниками подразделяется на два основных этапа: 1) знакомство с документом, произведением; 2) составление конспекта. На первом этапе необходимо: прочитать работу, уяснить смысл всего текста в целом; сделать для себя заметки о структуре изучаемой работы, определить основные положения и выводы; вторично прочитать работу, выделить основные мысли автора, проследить за их развитием в труде; обратить внимание на формы и методы доказательств, которыми пользуется автор при разработке основных положений. На втором этапе необходимо: кратко, своими словами, изложить основное содержание

материала соответственно главам или разделам произведения. В процессе конспектирования в авторской последовательности излагать основные положения работы; при освещении основных положений в конспекте должны быть отражены и авторские их обоснования. В конспекте необходимо привести наиболее яркие цифры и факты и т.д., внесенные автором труда для документального обоснования своих выводов и положений. Наиболее важные положения и выводы цитировать по источнику. Цитировать фрагмент произведения следует строго по источнику, не внося в цитату никаких изменений. Собственные мысли, возникшие в ходе изучения первоисточника, а также пометки другого рода, выносить на поля конспекта по мере работы над произведением. Конспект должен быть составлен с единой системой подчеркивания, отделением законченной мысли (абзаца) красной строкой.

Полезным будет владение программами Excel, Power Point, а так же умение обращаться с видео-, фото-, аудиотехникой.

Во вводной части семинарского занятия необходимо проверить наличие студентов и их готовность к семинарскому занятию, объявить тему, цели и учебные вопросы занятия. Далее следует предоставить слово соответствующему докладчику. Продолжительность доклада – 10-15 минут. После доклада рекомендуется предоставить возможность студентам задать вопросы докладчику, а при необходимости – внести свои добавления и уточнения, ответить на возникшие у аудитории вопросы. После этого следует провести разбор доклада и дать оценку докладчику (докладчикам), исходя из следующих критериев:

I. Оценка структуры доклада:

- наличие поставленной проблемы;
- логичность изложения;
- наличие необходимых структурных частей (вступление, основная часть, заключение) и их полнота;
- наличие анализа использованной литературы.

II. Оценка содержания доклада:

- соответствие содержания заявленной теме;
- полнота раскрытия поставленной проблемы;
- наличие примеров, многообразия концепций (отечественных и зарубежных);
- полнота аргументации и обоснованность выводов;
- наличие у докладчика собственной позиции по данной теме.

В заключительной части занятия следует отметить наиболее активных студентов, полноту и качество обработки учебных вопросов, степень достижения поставленных учебных целей. Затем необходимо дать студентам рекомендации по более полному и эффективному изучению вопросов и освоению доступного им массива литературы научного и публицистического профиля.