

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение философии и религиоведения



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Работа с молодежью в религиозной организации" Б1.В.ОД.14

Направление подготовки: 48.03.01 - Теология

Профиль подготовки: Исламская теология: государственно-конфессиональные отношения

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Горин А.А.

Рецензент(ы):

Астахова Л.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Астахова Л. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение философии и религиоведения):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941520517

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Горин А.А. кафедра религиоведения
Отделение философии и религиоведения , AAGorin@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью является освоение студентами основных теоретических и практических аспектов использования технологий социальной работы в религиозной молодежной организации и технологий по связям с общественностью, а также их интегрированное использование, в том числе при формировании государственной молодежно-конфессиональной политики.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.14 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 48.03.01 Теология и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина относится к числу специальных дисциплин в подготовке бакалавра. Для её изучения необходимы базовые знания, полученные, в ходе обучения по гуманитарным специальностям по направлениям 'Введение в профессию', 'Русский язык и культура речи', освоение исторического блока. На курс могут в той или иной степени опираться различные дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области государственно-конфессиональных отношений или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке бакалавра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью использовать базовые знания в области теологии при решении профессиональных задач
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью использовать знания в области социально-гуманитарных наук для освоения профильных теологических дисциплин
ПК-2 (профессиональные компетенции)	готовностью применять основные принципы и методы научно-богословских исследований, учитывая единство теологического знания
ПК-3 (профессиональные компетенции)	готовностью выделять теологическую проблематику в междисциплинарных исследованиях

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

особенности религиозно-теологических оценок места религии в обществе, культуре, в сферах духовно-практической жизни, проблемы диалога верующих и неверующих, межконфессионального диалога;

2. должен уметь:

- свободно строить и осуществлять межличностную коммуникацию с представителями различных религиозных конфессий;
- Свободно строить и осуществлять коммуникацию личности и религиозной группы, а также - различных религиозных групп и конфессий;
- свободно ориентироваться и самостоятельно исследовать литературу по курсу на русском и одном из иностранных языков;
- осуществлять поиск информации через библиотечные фонды, компьютерные системы информационного обеспечения, периодическую печать;
- оперировать понятийно-категориальным аппаратом курса;

3. должен владеть:

- навыками межконфессиональной и межкультурной коммуникации;
- навыками коммуникативного прогнозирования;
- навыками построения деловых и личностных коммуникаций в целом;
- навыками самостоятельного научного исследования.
- навыками анализа современной религиозной проблематики, основных тенденции изменения религиозной обстановки в различных регионах и социально-этнических группах;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Демонстрировать способность и готовность: к практическому применению полученных знаний в учебной, профессиональной и исследовательской деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Массовая коммуникация и религиозная организация: сущность и основные подходы. Маркетинговые коммуникации и их аналоги в религиозных сетях	7		1	2	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Роль работы и связей с общественностью в религиозной жизни	7		1	2	0	Письменная работа
3.	Тема 3. Основные направления деятельности в связях с общественностью	7		1	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение. и тактика использования СМИ в связях с общественностью	7		1	2	0	Письменная работа
5.	Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории. Основные виды рабочих мероприятий и документов в связях с общественностью. Оценка эффективности кампаний по связям с общественностью	7		1	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Цель, задачи и функции деятельности по связям с общественностью. Основные понятия	7		1	2	0	Письменная работа
7.	Тема 7. Особенности процесса функционирования молодежной религиозной организации	7		1	2	0	Устный опрос
8.	Тема 8. Виды рекламы и классификация информационных носителей	7		1	2	0	Письменная работа
9.	Тема 9. Оценка эффективности деятельности организации	7		1	2	0	Устный опрос
10.	Тема 10. Организация и планирование работы	7		1	2	0	Письменная работа

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
11.	Тема 11. Роль психических и психологических процессов в миссионерской и	7		1	2	0	Устный опрос
12.	Тема 12. Общие принципы формирования стимулирующих коммуникаций	7		1	2	0	Письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			12	24	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Массовая коммуникация и религиозная организация: сущность и основные подходы. Маркетинговые коммуникации и их аналоги в религиозных сетях

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Функции коммуникации. Виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Роль маркетинговой коммуникации, ее мотивация в условиях рынка. Понятие маркетинговых коммуникаций. Элементы маркетинговой коммуникации. Роль коммуникации в обществе. Коммуникация как наука в современном обществе. Акт коммуникации. Международные маркетинговые коммуникации. Международные коммуникации и тенденции их развития. Роль организационной культуры в международных маркетинговых коммуникациях. перспективы использования знаний о маркетинговых коммуникациях в религиозных организациях

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие коммуникации и основные теории массовой коммуникации. 2. Сущность и виды личных и групповых коммуникаций

Тема 2. Роль работы и связей с общественностью в религиозной жизни

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Понятие религиозной молодежной организации. Цель и задачи ИМК. Базовые принципы построения молодежных религиозных организаций: синергизм, открытость, оперативность, персонализация. Причины появления и тенденции развития. Взаимодействие маркетинга и связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций. Роль религиозного сознания и религиозного вероучения в системе интегрированных коммуникаций. Роль связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие межконфессиональных коммуникаций. 2. Роль психологии и социологии в межконфессиональных коммуникациях. 3. Роль связей с общественностью в работе молодёжной организации. 4. Отличия связей с общественностью и рекламы.

Тема 3. Основные направления деятельности в связях с общественностью

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Внешний и внутренний PR. Работа со СМИ (паблисити, media relations). Корпоративная этика и корпоративная культура: формирование внешнего и внутреннего имиджа организации. Управление в кризисных ситуациях или кризис-менеджмент. Создание миссии, философии организации, трансляция корпоративных ценностей. Организация внутренних коммуникаций

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные направления деятельности внешних связей. 2. Понятие медиарелейшнз. 3. Отношения с властными структурами и прессой. 4. PR-поддержка организации: порядок её согласования с религиозными структурами. 5. Основные направления деятельности внутреннего PR. 6. Понятие корпоративной культуры. Корпоративные СМИ, их роль в деятельности организации. 7. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.

Тема 4. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение. и тактика использования СМИ в связях с общественностью

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Процесс влияния связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория. Экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда. Связи с общественностью в Интернете.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Общественное мнение: определение и структура 2. История и методика исследования общественного мнения. 3. Прогнозные возможности опросов общественного мнения. 4. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.

Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории. Основные виды рабочих мероприятий и документов в связях с общественностью. Оценка эффективности кампаний по связям с общественностью

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Административно-хозяйственная структура религиозной молодёжной организации. Основные структурные подразделения. Принципы субординации. Принципы миссионерской и просветительской деятельности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Невербальные каналы выхода на общественность. Организационные формы отношений госструктур с прессой. 3. Типология мероприятий по установлению отношений. 4. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.

Тема 6. Цель, задачи и функции деятельности по связям с общественностью. Основные понятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основные понятия в области миссионерства. Современные подходы к определению сущности миссионерской деятельности. Объекты миссионерской деятельности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные подходы к определению сущности миссионерской деятельности. 2. Объекты и субъекты миссионерской деятельности, виды и сущностные характеристики. 3. Цели, задачи и общие требования к миссионерству. 4. Основные функции миссионерства.

Тема 7. Особенности процесса функционирования молодёжной религиозной организации

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Схема коммуникации: отправитель, получатель, код, помехи, обратная связь. Участники рекламного процесса: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы. Подбор кода, вербальные и невербальные средства. Факторы, влияющие на содержание сообщения. Выбор отправителя. Барьеры коммуникации: социальные, ментальные, ситуационные, поведенческие, текстовые, интерпретационные. Характеристики целевой аудитории: ценностные, социальные, демографические.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Просвещение как процесс коммуникации. Основные этапы просветительского процесса. 3. Функции участников процесса просвещения. Коммуникативные барьеры в процессе просвещения. 2. Адресат как составляющая сообщения.

Тема 8. Виды рекламы и классификация информационных носителей

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основы деятельности молодежной организации : термины, классификация, процесс. Виды и методы деятельности. Восемь её базисных типов. Выставки и ярмарки (международные ярмарки и выставки, национальные ярмарки и выставки, постоянно действующие экспозиции). Обратная связь.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Характеристика основных типов миссионерства и просвещения. 2. Критерии подбора носителя. 3. Виды миссионерства и просвещения. 4. Работа в Интернете.

Тема 9. Оценка эффективности деятельности организации

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Исследования: социологические исследования аудитории, средств массовой информации и их роль в определении стратегии деятельности миссионерства и просвещения, исследования психологического восприятия, социально-психологическое воздействие на целевую аудиторию. Понятия эффекта и эффективности работы. Показатели оценки эффективности кампании: охват, распределение частоты, суммарная интенсивность, средняя частота контактов целевой аудитории с организацией, функция отклика и другие. Эффект коммуникации. Психологическая эффективность применения средств рекламы. Экономическая эффективность рекламных мероприятий.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Методы планирования работы. 2. Основы целеполагания 3. Выбор форм деятельности.

Тема 10. Организация и планирование работы

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Рекламная кампания. Последовательность планирования рекламной кампании. Анализ маркетинговой ситуации. Определение целей рекламы. Определение целевой аудитории. Составление сметы расходов на рекламу и контроль за ее выполнением. Выбор средств распространения рекламы. Составление рекламного сообщения или текста. Оценка результатов. Рекламное агентство и принципы взаимоотношения с ним.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Последовательность формирования этико-морального облика членов организации. 2. Коммуникативные и экономические цели воспитания. 3. Планирование работы со знаковыми личностями. 4. Подбор информационных носителей. 4. Стратегии работы. 5. Основные показатели результативности.

Тема 11. Роль психических и психологических процессов в миссионерской и

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Когнитивный компонент педагогического воздействия. Ощущение, восприятие (три системы восприятия реальности), узнавание (формированию перцептивного образа), внимание (произвольное, непроизвольное), память (виды памяти), мышление. Аффективный компонент педагогического воздействия, эмоции. Поведенческий компонент педагогического воздействия - осознанное поведение, неосознанное поведение, бессознательное поведение. Рекламное творчество. Креативность, творческая работа, разработка творческих идей, сложность творчества.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Когнитивный компонент педагогического воздействия 2. Аффективный компонент педагогического воздействия 3. Поведенческий компонент педагогического воздействия 4. Творчество

**Тема 12. Общие принципы формирования стимулирующих коммуникаций
лекционное занятие (1 часа(ов)):**

Методы стимулирования. Формирование комплекса стимулирования. Средства стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Виды стимулирования 2. Формирование комплекса стимулирования

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Массовая коммуникация и религиозная организация: сущность и основные подходы. Маркетинговые коммуникации и их аналоги в религиозных сетях	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос
2.	Тема 2. Роль работы и связей с общественностью в религиозной жизни	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
3.	Тема 3. Основные направления деятельности в связях с общественностью	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос
4.	Тема 4. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение. и тактика использования СМИ в связях с общественностью	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
5.	Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории. Основные виды рабочих мероприятий и документов в связях с общественностью. Оценка эффективности кампаний по связям с общественностью	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Цель, задачи и функции деятельности по связям с общественностью. Основные понятия	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
7.	Тема 7. Особенности процесса функционирования молодежной религиозной организации	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос
8.	Тема 8. Виды рекламы и классификация информационных носителей	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
9.	Тема 9. Оценка эффективности деятельности организации	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос
10.	Тема 10. Организация и планирование работы	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
11.	Тема 11. Роль психических и психологических процессов в миссионерской и	7		подготовка к устному опросу	3	устный опрос
12.	Тема 12. Общие принципы формирования стимулирующих коммуникаций	7		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе работы в рамках образовательных методологий предполагается использовать: Лекции в традиционной форме (с использованием предварительно - до лекции - прочитываемых текстов первоисточников, а также презентаций); и семинары в формах: обсуждение текстов индивидуальное (возможно - заочное эссе), групповое обсуждение, групповые презентации, аквариумное обсуждение (наблюдение за дискутирующими), презентации собственных изысканий студентов), тренинговое обучение (практика кратких лекций).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Массовая коммуникация и религиозная организация: сущность и основные подходы. Маркетинговые коммуникации и их аналоги в религиозных сетях

устный опрос , примерные вопросы:

Функции коммуникации. Виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Роль маркетинговой коммуникации, ее мотивация в условиях рынка. Понятие маркетинговых коммуникаций. Элементы маркетинговой коммуникации. Роль коммуникации в обществе. Коммуникация как наука в современном обществе. Акт коммуникации. Международные маркетинговые коммуникации. Международные коммуникации и тенденции их развития. Роль организационной культуры в международных маркетинговых коммуникациях. перспективы использования знаний о маркетинговых коммуникациях в религиозных организациях

Тема 2. Роль работы и связей с общественностью в религиозной жизни

письменная работа , примерные вопросы:

1. Понятие коммуникации и основные теории массовой коммуникации. 2. Сущность и виды личных и групповых коммуникаций

Тема 3. Основные направления деятельности в связях с общественностью

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие религиозной молодежной организации. Цель и задачи ИМК. Базовые принципы построения молодежных религиозных организаций: синергизм, открытость, оперативность, персонализация. Причины появления и тенденции развития. Взаимодействие маркетинга и связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций. Роль религиозного сознания и религиозного вероучения в системе интегрированных коммуникаций. Роль связей с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

Тема 4. Влияние служб связей с общественностью на общественное мнение. и тактика использования СМИ в связях с общественностью

письменная работа , примерные вопросы:

1. Понятие межконфессиональных коммуникаций. 2. Роль психологии и социологии в межконфессиональных коммуникациях. 3. Роль связей с общественностью в работе молодежной организации. 4. Отличия связей с общественностью и рекламы.

Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории. Основные виды рабочих мероприятий и документов в связях с общественностью. Оценка эффективности кампаний по связям с общественностью

устный опрос , примерные вопросы:

Внешний и внутренний PR. Работа со СМИ (паблисити, media relations). Корпоративная этика и корпоративная культура: формирование внешнего и внутреннего имиджа организации. Управление в кризисных ситуациях или кризис-менеджмент. Создание миссии, философии организации, трансляция корпоративных ценностей. Организация внутренних коммуникаций

Тема 6. Цель, задачи и функции деятельности по связям с общественностью. Основные понятия

письменная работа , примерные вопросы:

1. Основные направления деятельности внешних связей. 2. Понятие медиарелейшнз. 3. Отношения с властными структурами и прессой. 4. PR-поддержка организации: порядок её согласования с религиозными структурами. 5. Основные направления деятельности внутреннего PR. 6. Понятие корпоративной культуры. Корпоративные СМИ, их роль в деятельности организации. 7. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.

Тема 7. Особенности процесса функционирования молодежной религиозной организации

устный опрос , примерные вопросы:

Процесс влияния связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория. Экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда. Связи с общественностью в Интернете.

Тема 8. Виды рекламы и классификация информационных носителей

письменная работа , примерные вопросы:

1. Общественное мнение: определение и структура 2. История и методика исследования общественного мнения. 3. Прогнозные возможности опросов общественного мнения. 4. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.

Тема 9. Оценка эффективности деятельности организации

устный опрос , примерные вопросы:

Административно-хозяйственная структура религиозной молодежной организации. Основные структурные подразделения. Принципы субординации. Принципы миссионерской и просветительской деятельности. Невербальные каналы выхода на общественность. Организационные формы отношений госструктур с прессой. 3. Типология мероприятий по установлению отношений. 4. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций.

Тема 10. Организация и планирование работы

письменная работа , примерные вопросы:

Схема коммуникации: отправитель, получатель, код, помехи, обратная связь. Участники рекламного процесса: рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы. Подбор кода, вербальные и невербальные средства. Факторы, влияющие на содержание сообщения. Выбор отправителя. Барьеры коммуникации: социальные, ментальные, ситуационные, поведенческие, текстовые, интерпретационные. Характеристики целевой аудитории: ценностные, социальные, демографические. Просвещение как процесс коммуникации. Основные этапы просветительского процесса. 3. Функции участников процесса просвещения. Коммуникативные барьеры в процессе просвещения. 2. Адресат как составляющая сообщения.

Тема 11. Роль психических и психологических процессов в миссионерской и

устный опрос , примерные вопросы:

Исследования: социологические исследования аудитории, средств массовой информации и их роль в определении деятельности миссионерства и просвещения, исследования психологического восприятия, социально-психологическое воздействие на целевую аудиторию. Понятия эффекта и эффективности работы. Показатели оценки эффективности кампании: охват, распределение частоты, суммарная интенсивность, средняя частота контактов целевой аудитории с организацией, функция отклика и другие. Эффект коммуникации. Психологическая эффективность применения средств рекламы. Экономическая эффективность рекламных мероприятий.

Тема 12. Общие принципы формирования стимулирующих коммуникаций

письменная работа , примерные вопросы:

Когнитивный компонент педагогического воздействия. Ощущение, восприятие (три системы восприятия реальности), узнавание (формированию перцептивного образа), внимание (произвольное, произвольное), память (виды памяти), мышление. Аффективный компонент педагогического воздействия, эмоции. Поведенческий компонент педагогического воздействия - осознанное поведение, неосознанное поведение, бессознательное поведение. Рекламное творчество. Креативность, творческая работа, разработка творческих идей, сложность творчества.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

1. Молодёжная религиозная организация, как инструмент конфессиональной политики.
2. Структура молодежной религиозной организации как инструмент миссионерской деятельности.
3. Этика молодежной религиозной организации.
4. Корпоративная культура молодежной организации, как форма миссионерской деятельности.
5. Формы деятельности молодежной организации религиозного направления.
6. Деятельность девушек в молодежных религиозных организациях
7. Деятельность по связям с общественностью молодежной религиозной организации.

8. Взаимодействие молодёжной религиозной организации с государственными структурами.
9. Взаимодействие молодёжной религиозной организации с силовыми структурами.
10. Взаимодействие молодёжной религиозной организации с прессой.
11. Взаимодействие молодёжной религиозной организации с иноконфессиональными структурами.
12. Взаимодействие молодёжной религиозной организации с международными организациями.

7.1. Основная литература:

Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/bookread2.php?book=147367>

Организация работы с молодежью: Учебное пособие / Т.Э. Петрова, И.Э. Петрова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-98281-416-6, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=486093>

Экономические основы работы с молодежью: Учебное пособие/Переверзев М. П., Калинина З. Н., Переверзев М. П. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-010918-3, 200 экз <http://znanium.com/bookread2.php?book=505450>

Молодежь и кризис: диалектика неопределенности и определенности в социальном развитии/Чупров В.И., Зубок Ю.А., Певцова Е.А. - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-91768-641-7 <http://znanium.com/bookread2.php?book=515004>

7.2. Дополнительная литература:

Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 207 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0071-4 <http://znanium.com/bookread2.php?book=157244>

Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 <http://znanium.com/bookread2.php?book=523515>

Холден, Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 'Менеджмент' и специальностям 350400 'Связи с общественностью', 350700 'Реклама' / Н. Дж. Холден; пер. с англ. под ред. проф. Б. Л. Ерёмкина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 384 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-273-64680-X (англ.), ISBN 5-238-00886-4 (русск.) <http://znanium.com/bookread2.php?book=391710>

7.3. Интернет-ресурсы:

Библиотека Гумер - http://www.gumer.info/bogoslov_Buks

Богослов.ru Научный богословский портал - <http://www.bogoslov.ru/topics/25309/index.html>

Знаниум. Электронная библиотека. - <http://znanium.com/>

Мир книг. Библиотека - <http://mirknig.com>

Сравнительное богословие - <http://rudocs.exdat.com/docs/index-14846.html>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Работа с молодежью в религиозной организации"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Принтер

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 48.03.01 "Теология" и профилю подготовки Исламская теология: государственно-конфессиональные отношения .

Автор(ы):

Горин А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Астахова Л.С. _____

"__" _____ 201__ г.