

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Заболотни Галия Ивановна

Должность: Директор филиала

Дата подписания: 13.10.2023 06:11:10

Уникальный программный ключ:

476db7d4accb36ef8130172be235477473d63457266ce26b7e9e40175308b08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Самарский государственный технический университет»

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения

высшего образования

«Самарский государственный технический университет» в г. Новокуйбышевске

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Г.И. Заболотни

“ ” 2019 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Связь с общественностью в управлении персоналом

(указывается наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

38.03.03 Управление персоналом

(код и наименование направления подготовки)

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

Профиль подготовки
(направленность)

Управление персоналом

Форма обучения

Очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Год начала подготовки

2019

Выпускающая кафедра

«Экономика и менеджмент»

Кафедра-разработчик рабочей программы

«Экономика и менеджмент»

(название)

Семестр	Трудоемкость, час./з.е.	Контактная работа			СРС, час.	Форма промежуточного контроля (зачет, экзамен, КР, КП)
		Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.		
6	144/4	18	18	-	108	Зачет с оценкой
Итого	144/4	18	18	-	108	Зачет с оценкой

Новокуйбышевск, 2019

Программа разработана в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом требований ФГОС ВО 38.03.03 Управление персоналом, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «4» декабря 2015г. № 1461 по направлению подготовки Управление персоналом и профилю Управления персоналом и учебного плана филиала «СамГТУ» в г.Новокуйбышевске.

Составитель рабочей программы кафедры *Экономики и менеджмента* (НФ-ЭиМ)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры НФ-ЭиМ
(наименование кафедры-разработчика)

« ___ » _____ 20__ г. протокол № _____

Заведующий кафедрой

« ___ » _____ 20__ г.

(подпись)

А.А. Малафеев
(Ф.И.О.)

Руководитель ОПОП

« ___ » _____ 20__ г.

(подпись)

А.А. Малафеев
(Ф.И.О.)

Начальник УО

« ___ » _____ 20__ г.

(подпись)

Н.А. Сухова
(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения
 2. Место дисциплины в структуре ОПОП
 3. Объем и содержание дисциплины
 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся
 5. Основная и дополнительная учебная литература
 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 7. Информационные технологии
 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины
 9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся
 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
- Приложение 1. Аннотация рабочей программы

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) – компетенции обучающихся определяются требованиями стандарта по направлению подготовки (специальности) и формируются в соответствии с матрицей компетенций ОПОП (Таблица 2)

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы, формируются в соответствии с картами компетенций ОПОП.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Шифр компетенции	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4	владеть навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты РФ, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Фондом обязательного медицинского страхования Российской Федерации, Государственной инспекцией труда Российской Федерации, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	Знать: организацию и планирование PR в управлении персоналом организации ЗЗ (ОПК-4)-I Уметь: организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики (выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты) УЗ (ОПК-4)-I Владеть: навыками разработки программ проведения мероприятий по связям с общественностью для внешних и внутренних целевых групп общественности ВЗ (ОПК-4)-I

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Связи с общественностью в управлении персоналом относится к дисциплинам по выбору *вариативной* части блока 1 учебного плана.

В таблице 2 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОПОП.

Таблица 2

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общепрофессиональные компетенции			
1	ОПК-4 владеть навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты РФ, Пенсионным фондом	Бухгалтерский учёт Региональная экономика и предпринимательство	Основы социального страхования Территориальная организация населения Производственная практика

Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Фондом обязательного медицинского страхования Российской Федерации, Государственной инспекцией труда Российской Федерации, агентствами, занятыми населением)	Федерации, социального Российской Федерации, медицинском Российской Федерации, Государственной инспекцией труда Российской Федерации, кадровыми службами		
---	--	--	--

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 академических часов.

Таблица 3

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Курс				
					4	
Аудиторная контактная работа (всего)	12				12	
<i>в том числе: лекции</i>	6				6	
<i>практические занятия(ПЗ)</i>	6				6	
<i>лабораторные работы (ЛР)</i>	-				-	
Самостоятельная работа (всего)	159				159	
Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическим занятиям	120				120	
Подготовка к тестированию	39				39	
Контроль	9				9	
ИТОГО:	час. 3.е.	180/5			180/5	

3.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

Лекции

№ лекции	Номер раздела	Тема лекции	Трудоемкость, часов
1	1	Тема 1. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства и управления персоналом. PR и маркетинг: их общие черты и различия. Роль корпоративного имиджа организации. Общие правила коммуникационной политики фирмы. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью	2

2	2	Тема 2. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе	1
3	3	Тема 3. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Роль рекламы в условиях рынка. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Основные задачи предприятия. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений.	1
4	4	Тема 4. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой. Целевые семинары по вопросам бизнеса. Паблицити. Ловушки Паблицити. Инструменты PR для малого бизнеса.	1
5	5	Тема 5. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем. Роль PR в укреплении социального партнерства.. Информационно-аналитическое обеспечение PR-деятельности бизнес-организации	1
		ИТОГО	6

Таблица 5

Практические занятия

№ занятия	Номер раздела	Тема практического занятия	Трудоемкость, час
1	1	Тема 1. Имидж фирмы. Спонсорство, меценатство, благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблицити и мерчандайзинг. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности	1
2	1	Тема 2. Бизнес и власть: как стать партнерами. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.	1
3	3	Тема 3. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы госрегулирования). Цели бизнес-PR (осуществление внутренней политики; воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу; осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями; создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности). Роль PR в бизнесе, особенности, функции. Роль корпоративного имиджа организации. Общие правила	2

		коммуникационной политики фирмы. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.	
4	4	Тема 4. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе	1
5	5	Тема 5. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления. Роль рекламы в условиях рынка. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Основные задачи предприятия. Выбор целей рекламных обращений. Выбор целевой аудитории. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений. Осуществление рекламной кампании. Контроль эффективности рекламной кампании	1
Итого:			6

Таблица 6

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

№ занятия	Номер раздела	Наименование лабораторной работы	Трудоемкость, час
1	-	-	-
2	-	-	-
...	-	-	-
N	-	-	-
Итого:			0

Таблица 7

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	Подраздел	Вид самостоятельной работы студента (СРС)	Трудоемкость, час
Раздел 1.	1.	Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическому занятию по теме. Имидж фирмы. Спонсорство, меценатство, благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблицити и мерчандайзинг. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности	24
Раздел 2.	2.	Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическому занятию по теме. Бизнес и власть: как стать партнерами. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.	24
Раздел 3.	3	Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическому занятию по теме. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов,	24

		партнеров, органы госрегулирования). Цели бизнес-PR (осуществление внутренней политики; воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу; осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями; создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности). Роль PR в бизнесе, особенности, функции. Роль корпоративного имиджа организации. Общие правила коммуникационной политики фирмы. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.	
Раздел 4.	4	Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическому занятию по теме. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе	24
Раздел 5.	5	Самостоятельное изучение литературы и подготовка к практическому занятию по теме. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления. Роль рекламы в условиях рынка. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Основные задачи предприятия. Выбор целей рекламных обращений. Выбор целевой аудитории. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений. Осуществление рекламной кампании. Контроль эффективности рекламной кампании	24
1-5		Подготовка к тестированию	39
Итого:			159

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Студентам для самостоятельной подготовки к практическим занятиям рекомендовано использовать следующие учебно-методические пособия:

Шишков Е.М. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов.- Филиал ФГБОУ ВО «СамГТУ» в г. Новокуйбышевске, Новокуйбышевск, 2015.

5. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Таблица 8

Учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Учебник, учебное пособие (приводится библиографическое описание учебника, учебного пособия)		Кол-во экз.
Основная литература			

№ п/п	Учебник, учебное пособие (приводится библиографическое описание учебника, учебного пособия)		Кол-во экз.
1	Связи с общественностью и реклама. Часть 1. Связи с общественностью. [Электронный ресурс]: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12869 .— по паролю [ЭБС "IPRbooks" (Рекомендуемые к подключению)]		Электронный ресурс
2	Связи с общественностью и реклама. Часть 2. Связи с общественностью. [Электронный ресурс]: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2013. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12869 .— по паролю [ЭБС "IPRbooks" (Рекомендуемые к подключению)]		Электронный ресурс
Дополнительная литература			
3	Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика. [Электронный ресурс]: Аспект Пресс, 2012г. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12869 .— по паролю [ЭБС "IPRbooks" (Рекомендуемые к подключению)]		Электронный ресурс

6. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/> – Загл. с экрана.
2. Всемирная торговая организация (ВТО) – World Trade Organization WTO www.wto.org
3. Всемирный банк - World Bank Group – www.worldbank.org
4. Европейский Союз (ЕС) - The European Union (EU) - [europa.eu.int](http://europa.eu/int)
5. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) - United Nations Conference on Trade and development – www.unctad.org
6. Комиссия ООН по праву в международной торговле (ЮНСИТРАЛ) - United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) – www.uncitral.org
7. Международная организация ООН по промышленному развитию (ЮНИДО) - United Nations Industrial development Organization (UNIDO) – www.unido.org
8. Международный банк реконструкции и развития (МБРР) - International Bank for reconstruction and development (IBRD) – www.worldbank.com
9. Международный валютный фонд (МВФ) - International Monetary Fund (IMF) – www.imf.org
10. Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) - United Nations for Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) – www.unesco.org
11. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) - Organization for Economic Cooperation and development (OECD) – www.oecd.org
12. Организация азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества - Asia-Pacific economic Cooperation (АПЕС) – www.apecsec.org.sg
13. Организация Объединенных наций (ООН) - United nations (UN) – www.un.org
14. Правительство Российской Федерации - www.government.ru
15. Официальный сайт Президента Российской Федерации - www.kremlin.ru
16. Североамериканская ассоциация свободной торговли (НАФТА) North America Free Trade Association (NAFTA) – www.nafta-sec-alena.org
17. Торгово-промышленная палата РФ - www.tpprf.ru

7. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация данной дисциплины предусматривает использование презентационной техники и программного обеспечения Microsoft Word, Microsoft Power Point.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекционные занятия:
аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
2. Практические занятия (семинарского типа):
аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук)

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

9.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Оценочные средства разработаны для оценки
Общепрофессиональных компетенций
ОПК-4

Перечень компетенций и планируемые результаты обучения (дескрипторы): знания – З, умения – У, владения - В, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы (ОПОП), представлены в разделе 1 Рабочей программы дисциплины (Таблица 1) в соответствии с матрицей компетенций и картами компетенций ОПОП (Приложения 1 к ОПОП).

Основными этапами формирования указанных компетенций в рамках дисциплины выступает последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий.

Паспорт фонда оценочных средств дисциплины

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
1	ОПК-4 владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости,	Тема 1. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства и управления персоналом. PR и маркетинг: их общие черты и различия. Тема 2. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы Тема 3. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Роль рекламы в условиях рынка.	Тест 1 Практические задания 1-3

	кадровыми агентствами, службами занятости населения)	Тема 4. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой. Тема 5. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.	
2	Промежуточная аттестация	Компетенции, знания, умения, владения, установленные в качестве запланированных результатов обучения по дисциплине в разделе 1 Рабочей программы (таблица 1)	Экзамен

9.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Карты компетенций в составе ОПОП 38.03.03 *Управление персоналом* профиль *Управление персоналом* (Приложение 1 к ОПОП) включают:

- описание этапов и уровней освоения компетенции;
- характеристику планируемых результатов обучения для каждого этапа и уровня освоения компетенции и показателей их проявления (дескрипторов): владений, умений, знаний (с соответствующей индексацией);
- шкалу оценивания результатов обучения (владений, умений, знаний) с описанием критериев оценивания.

Результаты обучения по дисциплине *Связи с общественностью в управлении персоналом* направления подготовки 38.03.03 *Управление персоналом* профиль *Управление персоналом* определяются показателями и критериями оценивания сформированности компетенций на этапах их формирования представлены в табл. 2.

Таблица 2

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Компетенции	Оценочные средства				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль (экзамен)
	Оценочное средство 1 (Тест)	Оценочное средство 2 (практическое задания)	Оценочное средство 3	Оценочное средство 4	
ОПК-4	У3 (ОПК-4)-I З3 (ОПК-4)-I I	В3 (ОПК-4)-I У3 (ОПК-4)-I З3 (ОПК-4)-I			В3 (ОПК-4)-I У3 (ОПК-

		I			4)-I 33 (ОПК- 4)-I I		
--	--	---	--	--	-------------------------------	--	--

Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций (промежуточного контроля)

На этапе промежуточной аттестации используется система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю оценить уровень освоения материала обучающимися. Критерии оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) представлены в карте компетенции ОПОП.

Форма оценки знаний: оценка - 5 «отлично»; 4 «хорошо»; 3 «удовлетворительно»; 2 «неудовлетворительно». Лабораторные работы, практические занятия, практика оцениваются: «зачет», «незачет». Возможно использование балльно-рейтинговой оценки.

Шкала оценивания:

«Зачет» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций на 51% и более оценивается не ниже «удовлетворительно» при условии отсутствия критерия «неудовлетворительно». Выставляется, когда обучающийся показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Отлично» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций 85% более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «хорошо» и «отлично», при условии отсутствия оценки «неудовлетворительно»: студент показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы из результатов анализа конкретных ситуаций;

«Хорошо» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций на 61% и более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «хорошо» и «отлично», при условии отсутствия оценки «неудовлетворительно», допускается оценка «удовлетворительно»: обучающийся показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных ситуаций;

«Удовлетворительно» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций 51% и более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично»: обучающийся показал знание основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной литературой;

«Неудовлетворительно» «Незачет» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций менее чем 51% (в соответствии с картами компетенций ОПОП): при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.

Ответы и решения обучающихся оцениваются по следующим общим критериям: распознавание проблем; определение значимой информации; анализ проблем;

аргументированность; использование стратегий; творческий подход; выводы; общая грамотность.

Соответствие критериев оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) системам оценок представлено в табл.

Таблица 4

Интегральная оценка

Критерии	Традиционная оценка	Балльно-рейтинговая оценка
5	5	86 - 100
4	4	61-85
3	3	51-60
2 и 1	2, Незачет	0-50
5, 4, 3	Зачет	51-100

Обучающиеся обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем. Оценка «Удовлетворительно» по дисциплине, может выставляться и при неполной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Показатели и критерии оценки достижений студентом запланированных результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации

Оценка, уровень	Критерии
«отлично», повышенный уровень	Студент показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы из результатов анализа конкретных ситуаций
«хорошо», пороговый уровень	Студент показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных ситуаций
«удовлетворительно», пороговый уровень	Студент показал знание основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной литературой
«неудовлетворительно», уровень не сформирован	При ответе студента выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

9.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

9.3.1 Перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

1. PR и маркетинг: их общие черты и различия.

2. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы государственного регулирования);
3. Цели бизнес-PR (осуществление внутренней политики; воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу; осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями; создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности);
4. Роль PR в бизнесе, особенности, функции.
5. Роль корпоративного имиджа организации.
6. Общие правила коммуникационной политики фирмы.
7. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.
8. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.
9. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.
10. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы
11. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.
12. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России.
13. Бизнес-PR в инновационном обществе
14. Место и роль рекламы в бизнесе
15. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.
16. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.
17. Роль рекламы в условиях рынка.
18. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.
19. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.
20. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.
21. Основные задачи предприятия.
22. Выбор целей рекламных обращений.
23. Выбор целевой аудитории.
24. Выбор направления и тем рекламы.
25. Предварительный план рекламной кампании.
26. Рекламные агентства и их функции.
27. Концепция рекламных обращений.
28. Осуществление рекламной кампании.
29. Контроль эффективности рекламной кампании.
30. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса
31. PR в гостиничном бизнесе.
32. PR в туризме.
33. PR в ресторанном бизнесе.
34. PR в Fashion-бизнесе
35. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы.
36. Содержание понятия «инвестор-рилейшнз».
37. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и специфика оформления финансового отчета
38. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах.
39. PR на рынке недвижимости.
40. Организация связей с общественностью в мире финансов.
41. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках
42. Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме.
43. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков

44. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме.
45. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой.
46. Целевые семинары по вопросам бизнеса.
47. Паблицити. Ловушки Паблицити. Плюсы, даваемые паблицити.
48. Инструменты PR для малого бизнеса.
49. Общие принципы рекламы для малого бизнеса.
50. Инструменты «бесплатного PR» бизнес-организации.
51. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.
52. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.
53. Роль PR в укреплении социального партнерства.
54. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании.
55. Информационно-аналитическое обеспечение.
56. PR-деятельности бизнес-организации.
57. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
58. Особенности внутрикорпоративного PR.
59. Имидж фирмы. Корпоративный дизайн и фирменный стиль.
60. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка.
61. Спонсорство, меценатство, благотворительность.
62. Корпоративная и коммерческая реклама.
63. Паблицити и мерчандайзинг.
64. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании.
65. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности.
66. Глобализация и международный PR.
67. Бизнес и власть: как стать партнерами.
68. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.
69. Реклама и паблик рилейшнз: общее и специфическое.
70. Особенности коммуникаций в модернизационном обществе. Инновационные процессы в обществе и их механизмы.
71. Роль рекламы и структур по связям с общественностью в инновационных процессах.
72. Особенности `связей с общественностью` как вида специальной коммуникации.
73. Интерес современного бизнеса к изучению прессы.
74. Информационное пространство мира: национальные и международные сети.
Интеграционные информационные процессы конца XX века

9.3.2 Оценочное средство 1 (Тестовые задания)

Тест 1

1. Определите понятие «Связи с общественностью». Что это?
 1. Коммуникации в обществе;
 2. работа средств массовой информации (СМИ);
 3. отношения между элементами социальной структуры;
 4. коммуникации между субъектом и социальной средой, помогающие укреплению доверия.

2. Когда и где возникли связи с общественностью?
 1. До новой эры в Древней Греции;
 2. в период образования суверенных национальных государств;
 3. в начале XX века в Европе;

4. в конце XIX века в США.
3. Что такое общественность?
 1. Элементы социальной структуры;
 2. социальная среда;
 3. общественные настроения;
 4. люди, составляющие аудиторию.
4. Что входит в понятие «структура общества в современной России»?
 1. Социальные институты (государство, церковь, экономика и др.);
 2. классы и социальные группы (рабочий класс, крестьянство, интеллигенция и др.);
 3. представители различных этносов (русские, татары, дагестанцы, евреи и др.);
 4. устойчивые связи между всеми перечисленными выше элементами.
5. Что такое общественное мнение?
 1. Твердо устоявшаяся система понятий по какой-либо проблеме;
 2. неустойчивые представления и взгляды большой группы людей;
 3. рекомендуемая государством позиция по определенному вопросу;
 4. желание исключительно всех членов общества.
6. Какие методы изучения общественного мнения можно считать социологическими?
 1. Работа с письмами трудящихся;
 2. анкетирование и опрос;
 3. изучение настроений людей социальными психологами;
 4. анализ статистических данных.
7. Каким образом реклама помогает укреплению общественных связей?
 1. Информированием о высоком качестве продукции;
 2. воспитанием тонкого вкуса у населения;
 3. помогает фирма (организации) приобрести известность;
 4. помогает рекламодателю занять прочное место на рынке.
8. Что такое коммуникация?
 1. информация о чем-либо;
 2. транспортная артерия;
 3. связь между элементами структуры;
 4. объединение людей в целостную общность.
9. Что такое «имидж»?
 1. Известность;
 2. внешний вид;
 3. желательная модель лучшего будущего;
 4. образ субъекта, воспринимаемый другими.
10. С помощью чего формируется имидж?
 1. С помощью исторических сведений;
 2. поведением в обществе;
 3. информацией;
 4. социологическими исследованиями.
11. В чем специфика связей с общественностью в бизнесе?
 1. В их ориентированности на торговлю и сбыт продукции;

2. в том, что они помогают обманным действиям;
3. в укреплении отношений между организациями;
4. в укреплении отношений доверия между производителями и потребителями.

12. Какими способами можно управлять информацией в обществе?

1. Дозированием;
2. помехами в организации СМИ как юридических лиц;
3. формированием фирмой собственного информационного потока;
4. преувеличением значимости отдельных деталей;
5. умолчанием.

13. Как можно сконструировать или усилить новость?

1. Поднять шумиху вокруг отдельного события;
2. организовывать игру-угадайку вокруг новости в СМИ;
3. провести опрос мнений людей по телефону;
4. обосновать новость как общественно значимую проблему;
5. организовать демократические дебаты на телевидении.

14. Что лежит в основе деятельности средств массовой информации?

1. Прибыль самих СМИ;
2. укрепление доверия в обществе;
3. стремление к сенсациям;
4. конфронтация с властью;
5. обман населения.

15. Каковы цели и задачи пресс-конференции?

1. Регулярная встреча с журналистами;
2. оповещение о какой-либо новости;
3. разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;
4. информирование о состоянии дел внутри организации.

16. Что такое пресс-тур?

1. Организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти;
2. туристическая поездка журналистов;
3. ряд последовательно проведенных пресс-конференций;
4. пресс-конференция в дипломатическом представительстве.

17. Что такое пресс-релиз?

1. Короткая информация о товаре;
2. краткое сообщение о мероприятии с приглашением на него журналистов;
3. инструктивное письмо для представителей прессы и общественности;
4. статья с сообщением сведений о фирме (организации).

18. Что такое кризис в обществе?

1. Обычный конфликт в обществе;
2. ухудшение отношений между организациями или личностями;
3. нахождение общественных отношений и связей в тупике;
4. разложение социальной структуры.

19. Какими способами можно уладить конфликт или преодолеть кризис?

1. Удовлетворением материальных интересов сторон;

2. активными разъяснительными выступлениями руководителей
3. назначением специальной комиссии, состоящей из экспертов;
4. выведением на чистую воду зачинщиков конфликта или кризиса.

20. Что такое стратегическое планирование PR-деятельности?

1. Определение будущего положения фирмы (организации) на рынок товаров и услуг;
2. формирование принципов поведения фирмы или отдельного лица;
3. процесс определения того, какой главной цели фирма (организация) хочет достичь в обозримом будущем;
4. формулирование задач для отдела связей с общественностью в разных областях деятельности фирмы (организации).

21. Как можно привлечь инвестиции с помощью PR?

1. Рассылкой пресс-релизов в крупные фирмы;
2. сбором информации о потенциальном инвесторе;
3. публикацией ряда статей о благоприятно инвестиционном климате в стране;
4. разработкой инвестиционного меморандума для потенциального инвестора.

22. Что такое фанд-райзинг?

1. Поиск делового партнера;
2. путешествие с целью открытия нового;
3. поиск средств для осуществления проектов;
4. бизнес, связанный с продвижением товара.

23. В чем состоит задача PR-служб в государственных структурах?

1. В оперативной информации журналистов;
2. в проведении социологических исследований среди населения;
3. в сборе информации;
4. в разработке PR-стратегии для государственного органа и анализе ее выполнения.

24. В чем специфика PR-деятельности в коммерческих структурах?

1. В направленности на благотворительность;
2. в формировании благоприятного имиджа компании;
3. в контактах с налоговыми органами;
4. в направленности ее на изучение рынка.

25. Что такое фасилитация?

1. Искажение данных;
2. политика доверия по отношению к клиентам;
3. посредническая деятельность с целью выработки приемлемых решений;
4. организация миссий посещения.

26. Что такое "мозговая атака"?

1. Способ генерации идей;
2. групповая разработка изоэрированной модели деятельности;
3. встреча интеллектуалов для критики кого-либо;
4. усиленное исследование какой-либо проблемы.

27. Что такое медиация?

1. Разработка плана будущих действий;
2. работа со средствами массовой информации;

3. конфиденциальная беседа по заранее подготовленному плану;
 4. процедура вмешательства в конфликт с целью благоприятного его разрешения.
28. Что определяет фирменный стиль?
1. Товарный знак;
 2. манера поведения сотрудников фирмы;
 3. способ подачи рекламы;
 4. использование единых принципов оформления для всех форм работы фирмы.
29. Что называется презентацией?
1. Планирование долгосрочного проекта;
 2. подарок для фирмы;
 3. представление общественности какого-либо товара или лица;
 4. проведение культурного мероприятия.
30. С какой целью проводится "круглый стол"?
1. С целью совещания между узким кругом единомышленников;
 2. для обмена мнениями по текущим вопросам;
 3. для обсуждения заранее объявленной темы с целью ознакомления с дискуссией широкого круга общественности;
 4. для встречи с журналистами.
31. Что включается в модульные технологии PR-проектов?
1. Постановка задачи (идея);
 2. подготовка информационных коммуникаций;
 3. прием посетителей фирмы;
 4. реклама товара или услуги.
32. Допускают ли служебные обязанности работника PR:
1. обман общественного мнения;
 2. прием предварительной оплаты за услуги;
 3. конкуренцию с коллегами по PR;
 4. соблюдение полной конфиденциальности.
33. В чем Вы видите PR-составляющую в рекламе?
1. Сообщение самой общей информации;
 2. защита интересов корпорации;
 3. контролируемость рекламных сообщений;
 4. формирование благоприятной для фирмы общественной среды.
34. Какие действия включаются в популяризацию события?
1. Предварительное интервью, опубликованное в СМИ;
 2. раздача подарков случайным прохожим;
 3. организация викторин, конкурсов;
 4. скандал вокруг события.
35. В чем смысл спонсоринга?
1. В возможности донести до целевой аудитории нужную информацию;
 2. в благотворительности;
 3. в установлении контактов с заказчиком;
 4. в возможности снизить для фирмы налоги.

36. В чем преимущества сети Интернет для PR?
1. В возможности общаться с большим числом потребителей;
 2. в демократичности общения;
 3. в краткости сообщений;
 4. в работе с целевой аудиторией.
37. Что включается в принципы взаимодействия с персоналом внутри компании (фирмы)?
1. Приоритет внутренней, а не внешней информации;
 2. хорошо разработанный распорядок дня;
 3. фирменный стиль;
 4. коммерческая тайна.
38. Что такое контент-анализ СМИ?
1. Выявление скрытых смыслов информации;
 2. контроль эффективности сообщений для СМИ;
 3. оценка негативных материалов прессы;
 4. характеристика графического оформления сообщений в СМИ.
39. Что следует выяснить сотрудникам PR-служб в ходе социологических исследований в первую очередь?
1. Данные о возрасте людей;
 2. покупательную способность возможных клиентов;
 3. отношение возможных клиентов к моде;
 4. структуру потребительского спроса.
40. Почему маркетинговые коммуникации являются аспектом связей с общественностью?
1. Ввиду их массовости;
 2. помогают исследовать рынок;
 3. ввиду их интегративного характера;
 4. помогают выявить потребительский спрос.
41. Что называется лоббирование?
1. Защита интересов фирмы на рынке;
 2. система воздействий на государственных чиновников с целью принятия нужного законопроекта;
 3. определенная форма досуга;
 4. форма информационного консалтинга.
42. Каковы задачи связей с общественностью в избирательной кампании?
1. Помощь кандидату с целью мобилизации поддержки населения;
 2. разработка избирательной стратегии;
 3. дискредитация противников кандидата;
 4. сбор информации в ходе кампании.
43. Принципы поведения кандидата во время избирательной кампании:
1. экономия средств, выделенных на проведение кампании;
 2. самообучение в процессе кампании;
 3. создание выгодного имиджа для успеха кампании;
 4. постоянная работа со СМИ.

44. Что вы понимаете под мастерством коммуникации?

1. Высокий уровень ораторского мастерства;
2. умение налаживать контакты со СМИ;
3. знание специфики работы пресс-служб;
4. умение собирать информацию;
5. синтез всех вышеперечисленных качеств.

45. Что входит в содержание понятия "неречевые средства коммуникации"?

1. Умение быстро передвигаться в пространстве;
2. жестикуляция и кинезис;
3. почтовая переписка;
4. правовые акты о работе СМИ.

Критерии оценки

Количество верных ответов:

86 – 100% - оценка «отлично» (глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, усвоивший взаимосвязь основных понятий дисциплины; способный самостоятельно приобретать новые знания и умения; способный самостоятельно использовать углубленные знания);

71 – 85% ответов – оценка «хорошо» (полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные программой задания, показывающий систематический характер знаний по дисциплине и способный к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшего обучения в вузе и в будущей профессиональной деятельности);

50 - 70% ответов – оценка «удовлетворительно» (обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшего обучения, выполняющего задания, предусмотренные программой, допустившим неточности в ответе, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения);

менее 50% ответов – оценка «неудовлетворительно» (имеющему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий)

9.3.3 Оценочное средство 2 (практические задания)

Задание 1

Кейс задание

Связи с общественностью в органах власти

Задание 1

Ознакомьтесь с текстом. Ответьте на вопросы.

1. Дайте характеристику особенностей взаимодействия государства и общества, проявляющуюся в описанной ситуации.
2. Определите, какая содержательная модель связей с общественностью характерна была для означенного в описании периода. Охарактеризуйте ее.

Текст для анализа

В СССР решено однажды и навсегда, что по любому вопросу должно быть только одно мнение. Впрочем, сознание людей сформировано таким образом, что этот конформизм им не в тягость, он для них естественен, они его не ощущают... Каждое утро «Правда» им сообщает, что следует знать, о чем думать и чему верить. И нехорошо не подчиняться общему правилу. Получается, что, когда ты говоришь с каким-нибудь русским, ты говоришь словно со всеми сразу.[Вечер в Сухуми], банкет. Обычные многочисленные тосты. Когда

уже было выпито за всех гостей и хозяев, поднимается Джеф Ласт и по-русски предлагает поднять бокалы за победу Красного фронта в Испании. Бурные аплодисменты, но, как нам показалось, не без легкого замешательства. И сразу, как бы в ответ – тост за Сталина. В свою очередь я предлагаю тост за политических заключенных в Германии, Венгрии, Югославии... На этот раз аплодируют искренне, чокаются, выпивают. И тотчас опять – тост за Сталина. Нам становится понятным, что по отношению к жертвам фашизма в Германии и повсюду – все знают, какую следует занимать позицию. Что же касается событий в Испании, все, как один, ждут указаний «Правды», которая по этому поводу еще не высказалась. (Андре Жид. Возвращение в СССР. 1936 г.)

Задание 2

Прочитайте текст. Определите, какая модель связей с общественностью использовалась и каковы были цели предпринимаемых шагов. Оцените используемую модель с точки зрения ее эффективности.

Описание ситуации

Франклин Делано Рузвельт по совету эксперта Луиса МакГенри Хау пропагандировал образ довольного жизнью и уверенного в себе человека... Он обращался к народу по радио и улыбался на фотоснимках. Его имя упоминалось в популярных песнях. Он даже разрешил показать себя одним из главных действующих лиц музыкальной комедии Роджера и Харта... Л.Хау убедил и Элеонору Рузвельт заняться общественной деятельностью. Она всегда интересовалась общественной жизнью, еще в возрасте 18 лет вступив волонтером в Национальную Лигу потребителей. С помощью Хау она организовала специальные конференции только для женщин-репортеров, потом их стали называть «газетными курицами». Из-за своего пола их часто не приглашали на другие важные пресс-конференции, зато у Элеоноры они получали эксклюзивную информацию.

Задание 3

Ознакомьтесь с ситуацией. Дайте оценку ситуации, опираясь на законодательные основы информационной деятельности. Есть ли нарушения в действиях пресс-центра?

Описание ситуации

Редакция журнала «Государство – это мы» направила заявку на аккредитацию при пресс-центре губернатора N-ской области. Однако журналу отказали в аккредитации, сославшись на то, что редакция не предоставила информации о биографических данных журналиста, справок о его профессиональной деятельности, наличия профессионального образования.

Задание 4

6. Ознакомьтесь со стенограммой пресс-конференции президента РФ В.Путина по данной ссылке <http://президент.рф/news/17173>
7. Напишите пост-релиз по итогам конференции.
8. Составьте и обоснуйте список СМИ для рассылки данного пост-релиза

Задание 5

1. Ознакомьтесь с «Памяткой работы со СМИ», разработанной в отделе информации исполкома Ленсовета в 1989 г.

«В день сессии:

1. Вывесить на двери Помпейского коридора табличку с надписью «Пресс-центр».
2. Все материалы в соответствующих папках разложить для выдачи журналистам.
3. Приветить журналистов.

4. По просьбе журналистов получить, отсканировать и передать им стенографический отчет по частям.
 5. Помочь телебригаде взять интервью у участников сессии и других лиц.
 6. Стараться всячески журналистов ублажать, снимая любую напряженность.
 7. Контролировать работу контактных телефонов, следить, чтобы информация своевременно поступала в Секретариат сессии.
 8. При необходимости доводить нужную информацию, снимая напряженность, до неформальных групп, прибывших на сессию.
 9. Организовывать для журналистов в перерывах работы экспресс-конференцию с руководством Исполкома и должностными лицами, проблемы чьей отрасли рассматривает сессия.»
2. Сравните памятку с современными рекомендациями по работе со СМИ. Выявите сходство и различия.

Критерии оценки

Критерий	«Неудовлетворительно»	«Удовлетворительно»	«Хорошо»	«Отлично»
1. Соответствие решения сформулированным задачам	Не соответствуют	Частично соответствуют	Преимущественно соответствуют	Соответствуют
2. Степень полноты и правильность решения задачи.	Решение отсутствует	В решении имеются 3 и более ошибки	В решении имеются 1-2 ошибки (логические, практические, теоретические)	Решение дано верно и полностью
3. Степень обоснованности и аргументация способа решения задачи).	обоснование отсутствует или содержит грубые ошибки	обоснование содержит ошибки	обоснование проведено с учетом части материалов задачи, профессиональных знаний и информации	обоснование проведено верно на основе предоставленных материалов задачи, профессиональных знаний и информации
4. Соответствие профессиональному стандарту	Не соответствует	Пропущены 1-2 ключевых профессиональных действия в процессе при решении задачи	последовательность профессиональных действий при решении задачи представлена частично	представлена верная последовательность профессиональных действий в процессе решения задачи

9.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценивание знаний, умений, навыков и опыта деятельности проводятся на основе сведений, приводимых в матрице соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения.

Цель текущего контроля успеваемости по учебным дисциплинам в семестре – проверка приобретаемых обучающимися знаний, умений, навыков в контексте формирования установленных образовательной программой компетенций в течение семестра. Текущий контроль осуществляется через систему оценки преподавателем всех видов работ обучающихся, предусмотренных рабочей программой дисциплины и учебным планом.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание результатов освоения дисциплины посредством испытания в форме экзамена (зачета). Промежуточная аттестация проводится в конце изучения дисциплины.

Разработанный фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации используется для осуществления контрольно-измерительных мероприятий и выработки обоснованных управляющих и корректирующих действий в процессе приобретения обучающимися необходимых знаний, умений и навыков, формирования соответствующих компетенций в результате освоения дисциплины.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основными видами работы студентов являются лекции, практические (семинарские) занятия, подготовка и защита курсовых работ, выполнение лабораторных работ и самостоятельная работа (при наличии соответствующих видов работы в учебном плане).

10.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для подготовки к лекционным занятиям

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой - в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

10.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Практические занятия позволяют развивать у студентов творческое теоретическое мышление, умение самостоятельно изучать литературу, анализировать практику; учат четко формулировать мысль, вести дискуссию, то есть имеют исключительно важное значение в развитии самостоятельного мышления. Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, обратить внимание на страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, которые способствуют общему представлению о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа: 1й – организационный; 2й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал. Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования. Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах. План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару следует продумать алгоритм действий, еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо следить, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускать и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом возможно обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Выступления других студентов необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом. Изучение студентами фактического материала по теме практического занятия должно осуществляться заблаговременно. Под фактическим материалом следует понимать специальную литературу по теме занятия, систему нормативных правовых актов, а также судебную практику по рассматриваемым проблемам. Особое внимание следует обратить на дискуссионные теоретические вопросы в системе земельного права: изучить различные точки зрения ведущих ученых, обозначить противоречия современного земельного законодательства. Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов. Обратить внимание на:

- составление списка нормативных правовых актов и учебной и научной литературы по изучаемой теме.

- Изучение и анализ выбранных источников.

- Изучение и анализ судебной практики по данной теме, представленной в информационно-справочных правовых электронных системах «КонсультантПлюс» или других.

- Выполнение предусмотренных программой заданий в соответствии с тематическим планом.

- Выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях.

- Проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также

для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце семинара, выставляя в рабочий журнал текущие оценки. Студент имеет право ознакомиться с ними.

10.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для самостоятельной работы

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Учебный материал учебной дисциплины, предусмотренный рабочим учебным планом для усвоения студентом в процессе самостоятельной работы, выносится на итоговый контроль наряду с учебным материалом, который разрабатывался при проведении учебных занятий. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа студентов осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа студентов в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений); – подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выполнения выпускных квалификационных работ и др.

- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях.

- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

10.4 Методические указания для обучающихся по выполнению курсовой работы

Теоретическая часть курсовой работы выполняется по установленным темам с использованием практических материалов. К каждой теме курсовой работы рекомендуется примерный перечень вопросов, список необходимой литературы. Излагая вопросы темы, следует строго придерживаться плана. Работа не должна представлять пересказ отдельных глав учебника или учебного пособия. Необходимо изложить собственные соображения по существу излагаемых вопросов, внести свои предложения. Общие положения должны быть подкреплены и пояснены конкретными примерами. Излагаемый материал при необходимости следует проиллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами и т.д. Необходимо изучить литературу, рекомендуемую для выполнения курсовой работы. Чтобы полнее раскрыть тему, студенту следует выявить дополнительные источники и материалы. При написании курсовой работы необходимо ознакомиться с публикациями по теме, опубликованными в журналах. Курсовая работа выполняется и оформляется в соответствии с "Методическими рекомендациями по выполнению и защите курсовых работ". Выполненная курсовая работа представляется на рецензирование в срок, установленный графиком учебного процесса, с последующей ее устной защитой (собеседование). Курсовая работа является самостоятельным творчеством студента, позволяющим судить о знаниях в области риторики. Наряду с этим, написание курсовой работы преследует и иные цели, в частности, осуществление контроля за самостоятельной работой студента, выполнение программы высшей школы, вместе с экзаменом, является одним из способов проверки подготовленности будущего специалиста. Студент, со своей стороны, при выполнении курсовой работы должен показать умение работать с различной литературой, давать анализ соответствующих источников, аргументировать сделанные в работы выводы и, главное – раскрыть выбранную тему. По общему правилу написание курсовых работ начинается с выбора темы, по которой она будет написана. Желательно, чтобы тема была актуальной. С выбором темы неразрывно связаны подбор и изучение студентом литературы и самостоятельное составление плана работы. Прежде всего, необходимо изучить вопросы темы по хрестоматийным источникам (учебники, учебные пособия и пр.), где материал излагается в наиболее доступной форме, а затем переходить к более глубокому усвоению вопросов выбранной темы, используя рекомендованную и иную литературу. В процессе исследования литературных источников рекомендуется составлять конспект, делая выписки с учетом темы и методических указаний. После изучения литературы по риторике студент должен продумать план курсовой работы и содержание ответов на поставленные вопросы. Вместе с общими вопросами настоящих методических указаний студент должен четко соблюдать ряд требований, предъявляемых к курсовым работам, имеющим определенную специфику. Это, в частности, требования к структуре курсовых работ, ее источникам, оформлению, критериям ее оценки, ссылкам на нормативные акты, литературные источники, последовательность расположения нормативных актов и др. Структуру курсовых работ составляют: план работы; краткое введение, обосновывающее актуальность исследуемой проблемы; основной текст (главы, параграфы); заключение, краткие выводы по исследуемой проблеме; список использованной литературы, материалов практики и др. Курсовая работа должна быть обязательно пронумерована и подписана на последней странице после списка литературы и сдана на кафедру либо научному руководителю.

10.5 Методические указания для обучающихся по написанию рефератов и докладов

Целью написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

1. Начинается реферат с титульного листа.

Образец оформления титульного листа для реферата:

2. За титульным листом следует Оглавление. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

3. Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

а) Введение - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) Основная часть - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.

в) Заключение - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один - на иностранном языке (английском или

французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. Оформление Списка источников и литературы).

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзачным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Подготовка научного доклада выступает в качестве одной из важнейших форм самостоятельной работы студентов.

Научный доклад представляет собой исследование по конкретной проблеме, изложенное перед аудиторией слушателей.

Работа по подготовке доклада включает не только знакомство с литературой по избранной тематике, но и самостоятельное изучение определенных вопросов. Она требует от студента умения провести анализ изучаемых государственно-правовых явлений, способности наглядно представить итоги проделанной работы, и что очень важно – заинтересовать

аудиторию результатами своего исследования. Следовательно, подготовка научного доклада требует определенных навыков.

Подготовка научного доклада включает несколько этапов работы:

1. Выбор темы научного доклада;
2. Подбор материалов;
3. Составление плана доклада. Работа над текстом;
4. Оформление материалов выступления;
5. Подготовка к выступлению.

Структура и содержание доклада.

Введение - это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов.

В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора.

В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента. В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать

поставленным

задачам.

Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу.

Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения. Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

Должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата.

Аннотация рабочей программы
по дисциплине Б1.В.ДВ.5 Связи с общественностью в управлении персоналом

направление (специальность) 38.03.03 Управление персоналом
профиль Управление персоналом

Аннотация рабочей программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.5 Связи с общественностью в управлении персоналом является дисциплиной по выбору вариативной части блока 1 учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.03 Управление персоналом. Дисциплина реализуется кафедрой «Экономика и менеджмент».

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных компетенций выпускника:

ОПК-4 - владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социального страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных определением места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение слушателями основных приемов создания рекламного сообщения, а также ознакомить будущих специалистов с возможностями связей с общественностью в современном бизнесе: технологиями формирования и продвижения имиджа фирмы, оптимизацией контактов с властными структурами, особенностями корпоративной стратегии, организацией управления в кризисных ситуациях и т.д.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: *лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аттестации дважды в семестре по результатам текущего контроля знаний и промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), контроль (9 часа) и самостоятельная работа студента (159 часов).