

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агафонов Александр Викторович
Должность: директор филиала
Дата подписания: 04.05.2020 17:53:08
Учебно-образовательный центр
ЧЕБОКСАРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) МОСКОВСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2559477a8ecf706dc9cff164bc411eb6d3c4ab06

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЧЕБОКСАРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) МОСКОВСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Кафедра Менеджмента и экономики

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
А.В. Агафонов
«29» мая 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью и управление имиджем предприятия»
(наименование дисциплины)

Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
	(код и наименование направления подготовки)
Направленность подготовки	«Производственный менеджмент»
	(наименование профиля подготовки)
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	Очная и заочная

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. № 7 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)»
- учебным планом (очной, заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Автор Владимиров Владимир Васильевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмента и экономики

(указать ФИО, ученую степень, ученое звание или должность)

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и экономики (протокол № 10 от 16.05.2020).

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (Цели освоения дисциплины)

1.1. Целями освоения дисциплины «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия» являются:

- сформировать у студентов знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью,

- привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления

- сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью;

- развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-5	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие и управленческие термины, законы развития природы и общества, быть готовым к свободному и ответственному поведению.	Работать в команде, общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.	компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм
ПК-1	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения	движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в	использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих	понятийно-категориальным аппаратом Связи с общественностью и управление имиджем

	<p>стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p>	<p>задач; - эффективно понятийно-категориальным аппаратом социологии управления, анализом социально-значимых проблем и процессов; - учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности, организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности</p>	<p>предприятия, анализом социально-значимых проблем и процессов; - учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.</p>
--	--	---	---	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия» в рамках дисциплин и курсов по выбору студента, устанавливаемых ВУЗом, обучающихся очной и заочной форм обучения. Для прохождения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате изучения следующих дисциплин учебного плана: «История», «Психология и социология в менеджменте», «Социологические исследования в управлении».

Дисциплина «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия» является основанием для прохождения государственной итоговой аттестации.

3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц -108 часов, из них

Семестр	Форма обучения	Распределение часов				РГР, КР, КП	Форма контроля
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа		
8	очная	16		16	76		зачет
9	заочная	4		6	94		Зачет-4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Очная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
1. Связи с общественностью и управление имиджем предприятия: понятия, история возникновения и развития, место в коммуникационных системах	2		2	9	ОК-5, ПК-1
2. Исследования как первый этап Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.	2		2	9	ОК-5
3. Связь с общественностью- особый вид управления.	2		2	9	ОК-5, ПК-1
4. Планирование корпоративных коммуникаций	2		2	9	ОК-5, ПК-1
5. Общественное мнение	2		2	9	ОК-5, ПК-1
6. Технологии производства информационных	2		2	9	ОК-5, ПК-1

материалов.					
7. Управление кризисными и конфликтными ситуациями в ПР-деятельности	2		2	11	ОК-5, ПК-1
8. Технологии использования ПР-методов	2		2	11	ОК-5, ПК-1
Зачет					ОК-5, ПК-1

Заочная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
1. Связи с общественностью и управление имиджем предприятия: понятия, история возникновения и развития, место в коммуникационных системах	2		2	12	ОК-5, ПК-1
2. Исследования как первый этап Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.	2		2	12	ОК-5
3. Связь с общественностью-особый вид управления.			2	12	ОК-5, ПК-1
4. Планирование корпоративных коммуникаций				12	ОК-5, ПК-1
5. Общественное мнение				12	ОК-5, ПК-1
6. Технологии производства информационных материалов.				12	ОК-5, ПК-1
7. Управление кризисными и конфликтными ситуациями в ПР-деятельности				12	ОК-5, ПК-1
8. Технологии использования ПР-методов				10	ОК-5, ПК-1
Зачет				4	

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Методика преподавания дисциплины и реализация компетентного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

Формы работы со студентами:

1. Дискуссия

Темы: «Личность и общество. Место человека в социальной системе»
«Этические правила в связях с общественностью».

2. Кроссворды на научные термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.

3. Тренинг на лидерство. Цели тренинга:

1. Раскрытие личностного потенциала участников группы.

2. Формирование представлений о лидерстве, осознание и проявление своих сильных сторон.

Задачи тренинга:

1. Формирование взаимопонимания и чувства ответственности по отношению друг к другу.

2. Формирование навыков понимания друг друга.

3. Приобретение навыков принятия ответственности друг за друга.

4. Выявление и развитие представлений о лидерстве.

5. Приобретение навыков планирования деятельности и организации работы в команде.

5. Эссе.

Темы: «Социальные методы в управлении организации – перспективы и значение в современном мире», «Что такое самоуправление в организации».

6. Рефераты

1. Перечислите теоретические положения, на которых основывается философия общественных связей.

2. Раскройте содержание концепции социального действия Ю. Хабермаса.

3. Какие назначения имеют общественные связи.

4. Какова природа социальной зависимости.

5. Роль социальных конфликтов в обеспечении политической, экономической и конкурентной борьбы.

6. Покажите значение общественных связей в обеспечении развития личности в обществе.

7. Каковы задачи социального контроля.

8. Дайте определение понятия организация, управление организацией и покажите место ПР в ней.

9. Раскройте содержание системы управления организацией и определите место ПР в ее трех подсистемах.

10. Охарактеризуйте систему RACE и ее использование в ПР.

По дисциплине «Связь с общественностью» доля занятий, проводимых в интерактивной форме составляет -20 % от общего числа аудиторных занятий:

Вид занятия	Тема занятия	Количество часов	Интерактивная форма	Формируемые компетенции (код)
Лекция Практические занятия	Связи с общественностью и управление имиджем предприятия: понятия, история возникновения и развития, место в коммуникационных системах	2	Дискуссия, Составление кроссвордов	ОК-5, ПК-1
Практические занятия	Исследования как первый этап Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.	2	Эссе, дискуссия	ОК-5
Практические занятия	Связь с общественностью-особый вид управления.	2	Тренинг на лидерство	ОК-5, ПК-1
Лекция, практические занятия	Планирование корпоративных коммуникаций	2	Реферат, проект	ОК-5, ПК-1
Практические занятия	Общественное мнение	2	Дискуссия, проект	ОК-5, ПК-1
Практические занятия	Технологии производства информационных материалов.	2	Эссе, проект	ОК-5, ПК-1
Лекция, практические занятия	Управление кризисными и конфликтными ситуациями в ПР-деятельности	4	Составление социальных проектов	ОК-5, ПК-1

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом по дисциплине в объеме 76 часов (очная форма обучения) и 94 часа (заочная форма обучения).

Тематика самостоятельной работы:

1. Дайте определение понятия ПР или «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия».
2. Раскройте четыре подхода к определению управления общественными отношениями.
3. Сформулируйте цель и задачи ПР.
4. Расскажите основные функции ПР.
5. Раскройте сходства и различия между ПР и рекламой, лобби и пропагандой.
6. Что такое общественные отношения и как ими управляют.

7. Перечислите теоретические положения, на которых основывается философия общественных связей.
8. Раскройте содержание концепции социального действия Ю. Хабермаса.
9. Какие назначения имеют общественные связи.
10. Какова природа социальной зависимости.
11. Роль социальных конфликтов в обеспечении политической, экономической и конкурентной борьбы.
12. Покажите значение общественных связей в обеспечении развития личности в обществе.
13. Каковы задачи социального контроля.
14. Дайте определение понятия организация, управление организацией и покажите место ПР в ней.
15. Раскройте содержание системы управления организацией и определите место ПР в ее трех подсистемах.
16. Охарактеризуйте систему RACE и ее использование в ПР.
17. Покажите место ПР в системе ИМК.
18. Использование УКЦ в ПР-деятельности.
19. Что позволит сделать социологические исследования в ПР.
20. Определите вопросы исследования.
21. Перечислите прикладные цели исследования.
22. Какие социологические методы применяются в ПР деятельности.
23. Дайте характеристику всеобщим, локальным и выборочным социологическим исследованиям.
24. Почему в ПР-деятельности широко используется выборочные исследования.
25. Что называется выборкой.
26. Охарактеризуйте основные понятия выборочных исследований.
27. Назовите методы выборочного исследования.
28. Основные типы выборки.
29. Перечислите основные виды выборки.
30. Как определить объем выборочной совокупности.
31. Перечислите классификацию социологических прямых наблюдений для проведения ПР-кампаний.
32. Дайте характеристику ориентиров для наблюдения как метода социологического исследования.
33. Обоснуйте использование контролируемого и включенного наблюдения.
34. Дайте понятие надежности информации, перечислите процедуры надежности.
35. Перечислите и дайте характеристику формам анализа документов.
36. Дайте характеристику категориям опроса: фокус-группа, глубинное интервью, анкетный опрос.
37. Обоснуйте необходимость социально-психологических исследований.

38. В чем заключается «особость и необычность» управленческой деятельности в ПР.
39. Перечислите общие условия реализации эффективного управления общественными отношениями.
40. Дайте характеристику управляемым и управляющим системам в ПР.
41. Каковы отличительные черты систем управления общественными отношениями.
42. Что такое «общественность» как объект управления.
43. Охарактеризуйте объект управления ПР в политическом аспекте, в системе государственной службы, экономического менеджмента.
44. Перечислите принципиальные характеристики методов управления.
45. Какие стили управления наиболее эффективны в управлении общественными отношениями.
46. Раскройте значение исследований текущего состояния организации.
47. Дайте анализ среды прямого воздействия (модифицированный SWOT-анализ).
48. Покажите необходимость PEST-анализа для определения текущего состояния организации.
49. Стратегическое планирование как процесс постановки целей ПР-деятельности. Понятие разрыва.

Индивидуальные задания:

Эссе:

1. Модель антикризисной ПР-коммуникации. коммуникационных технологиях борьбы с кризисом.
2. Требования конструирования антикризисного сообщения.
3. Иерархия приоритетов информационных каналов в кризисной ситуации.
4. Структура информационного послания.
5. Методы достижения согласия и подходы к разрешению кризиса.
6. Психологические основы поведения в чрезвычайной ситуации
правилах поведения в кризисе.
7. Технология предупреждения кризиса внутри организации.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных уровнях сформированности:

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационно й культуры.	Пороговый уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, разбор конкретных ситуаций по социальному управлению организациями.</p>
	Продвинутый уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, разбор конкретных ситуаций Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, технология продуктивного чтения, разбор конкретных ситуаций по Связи с общественностью и управление имиджем предприятия в организации.</p>

	Высокий уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, эссе, тест. Составление социальных проектов.</p>
ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональн	Пороговый уровень	<p>знать: основные обществоведческие и управленческие термины, законы развития природы и общества.</p> <p>уметь: работать в команде, общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии управления, анализом социально-значимых проблем и процессов; - учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.</p>	зачтено	<p>Опрос, составленный кроссворд на понятия и термины науки Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Составленная социологическая анкета, участие в тренинге на лидерство Пройденное тестирование на определение психологического и социального типа личности.</p>

ые и культурные различия	Продвинутый уровень	<p>знать: основные обществоведческие и управленческие термины, законы развития природы и общества.</p> <p>уметь: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть: компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	зачтено	<p>Опрос, анализ разбора конкретных социальных ситуаций, составленный кроссворд на понятия и термины науки Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Составленная социологическая анкета, проведенное исследование и анализ результатов.</p> <p>участие в тренинге на общение</p> <p>Пройденное тестирование на определение психологического и социального типа личности, анализ результатов.</p>
	Высокий уровень	<p>знать: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие и управленческие термины, законы развития природы и общества, быть готовым к свободному и ответственному поведению.</p> <p>уметь: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть: компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	зачтено	<p>Опрос, письменный анализ разбора конкретных социальных ситуаций, составленный кроссворд на понятия и термины науки Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Составленная социологическая анкета, проведенное исследование и анализ результатов.</p> <p>Активное участие в тренинге на общение</p> <p>Пройденное тестирование на определение психологического и социального типа личности, анализ результатов.</p>

Вопросы для подготовки к зачету

1. Сформулировать основные определения ПР и дать ее структуру.
2. Перечислить основные направления деятельности ПР.
3. Дать формулировки понятиям «общественность» и «связь» в ПР.
4. Показать динамику развития ПР в мировом пространстве.
5. Раскрыть функции ПР.
6. Определить цели и задачи ПР.
7. Рассказать о системе действия ПР.
8. Показать структуру деятельности ПР.
9. Выявить различия между стратегическим и проектным планированием ПР.
10. Раскрыть основные этапы стратегического планирования ПР.

11. Показать сходства и различия понятий ПР и лоббизм, ПР и пропаганда, ПР и реклама.
12. Перечислить этапы управления информацией.
13. Дать механизм управления информацией.
14. Рассказать о методах и приемах конструирования новостей.
15. Дать теоретическое обоснование места ПР в органах государственной власти.
16. Раскрыть функции государственной ПР службы.
17. Охарактеризовать пресс-службу Президента РФ.
18. Функции управления Президента РФ по связям с общественностью.
19. Дать характеристику центру общественных связей Федеративной службы налоговой полиции.
20. Показать задачи центра общественных связей Министерства науки и высшего образования РФ.
21. Раскрыть значение и структуру внешних коммуникаций.
22. Рассказать о значении коммуникаций в организациях.
23. Раскрыть роль и значение формальной и неформальной коммуникации.
24. Охарактеризовать этапы внутренней коммуникации.
25. Основные направления деятельности ПР в политике.
26. Основные направления деятельности ПР в бизнесе.
27. Раскрыть основные направления ПР в средствах массовой информации.
28. Этика отношений с прессой.
29. Раскрыть роль ответственного за Связи с общественностью и управление имиджем предприятия в организациях.
30. Рассказать о механизме предоставления информационных услуг.
31. Перечислить средства взаимодействия ПР.
32. Общественное мнение, как структурный элемент ПР.
33. Проблемы и тенденции развития российских ПР-служб.
34. Перечислить основные организационные формы ПР.
35. Охарактеризовать электронные средства информации.
36. Раскройте возможности и необходимость фоторепортажей в ПР.
37. Расскажите о некоммерческих сферах действия ПР.
38. Раскройте понятия «имидж». Имидж отдельной личности и имидж организации и их значение в ПР.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510845>

Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб.

и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510925>

б) дополнительная литература:

Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510076>

в) периодическая печать:

Российский журнал менеджмента // <https://rjm.spbu.ru/>

Экономика и менеджмент систем управления // <http://www.sbook.ru/emsu/>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Профессиональные базы данных:

1. Всероссийский профессиональный союз работников аудиторских, оценочных, экспертных и консалтинговых организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.profsro.ru

2. Гильдия финансистов [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.guildfin.org

3. Ассоциация российских банков [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.arb.ru

4. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.raso.ru

5. Ассоциация компаний розничной торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.acort.ru

6. Эксперты рынка труда [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.lmexperts.ru.

Информационные справочные системы:

1. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

2. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия» являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, даются рекомендации для самостоятельной работы. В

ходе лекции студент должен внимательно слушать и конспектировать материал.

Рекомендации по подготовке к лекциям.

При подготовке к очередному лекционному занятию необходимо:

1. Максимально подробно разработать материал, излагавшийся на предыдущем лекционном занятии, при этом выделить наиболее важную часть изложенного материала (основные определения и формулы).
2. Постараться запомнить основные формулы определения налогов и сборов, и их определения.
3. Постараться максимально четко сформулировать (подготовить) вопросы, возникшие при разборе материала предыдущей лекции.
4. Сравнить лекционный материал с аналогичным материалом, изложенным в литературе, попытаться самостоятельно найти ответ на возникшие при подготовке вопросы.

Желательно:

1. Изучая литературу, ознакомится с материалом, изложение которого планируется на предстоящей лекции.
2. Определить наиболее трудную для вашего понимания часть материала и попытаться сформулировать основные вопросы по этой части.

Изучение наиболее важных тем или разделов учебной дисциплины завершают практические и лабораторные занятия, которые обеспечивают: контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям необходимо:

1. Выучить основные формулы и определения, содержащиеся в лекционном материале.
2. Уточнить область применимости основных формул и определений.
3. Приложить максимум усилий для самостоятельного выполнения домашнего задания.
4. Максимально четко сформулировать проблемы (вопросы), возникшие при выполнении домашнего задания.

Желательно:

1. Придумать интересные на наш взгляд примеры и задачи (ситуации) для рассмотрения их на предстоящем лабораторном занятии.
2. Попытаться выполнить домашнее задание, используя методы, отличные от тех, которые изложены преподавателем на лекциях (лабораторных занятиях). Сравнить полученные результаты.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных заданий.

При выполнении контрольных заданий следует:

1. Получить четкий ответ на все вопросы, содержащиеся в контрольном задании.
2. Максимально четко изложить способ выполнения контрольного задания.
3. Оформить задание в соответствии с предъявленными требованиями.
4. По возможности, осуществить проверку полученных результатов.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты могут готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Основу докладов составляет, как правило, содержание подготовленных студентами рефератов.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования и зачета.

Тестирование организовывается в компьютерных классах. Все вопросы тестирования обсуждаются на лекционных и практических занятиях.

Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

11. Электронная информационно-образовательная среда

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Чебоксарского института (филиала) Московского политехнического университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории филиала, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда – совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

б) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

в) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

г) проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Основными составляющими ЭИОС филиала являются:

а) сайт института в сети Интернет, расположенный по адресу www.polytech21.ru, <https://chebpolytech.ru/> который обеспечивает:

- доступ обучающихся к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к изданиям электронных библиотечных систем, электронным информационным и образовательным ресурсам, указанных в рабочих программах (разделы сайта «Сведения об образовательной организации»);

- информирование обучающихся обо всех изменениях учебного процесса (новостная лента сайта, лента анонсов);

- взаимодействие между участниками образовательного процесса (подразделы сайта «Задать вопрос директору»);

б) официальные электронные адреса подразделений и сотрудников института с Яндекс-доменом @polytech21.ru (список контактных данных подразделений Филиала размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Контакты», списки контактных официальных электронных данных преподавателей размещены в подразделах «Кафедры») обеспечивают взаимодействие между участниками образовательного процесса;

в) личный кабинет обучающегося (портфолио) (вход в личный кабинет размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Студенту» подразделе «Электронная информационно-образовательная среда») включает в себя портфолио студента, электронные ведомости, рейтинг студентов и обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися,

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе с сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы,

г) электронные библиотеки, включающие электронные каталоги, полнотекстовые документы и обеспечивающие доступ к учебно-методическим материалам, выпускным квалификационным работам и т.д.:

Чебоксарского института (филиала) - «ИРБИС»

д) электронно-библиотечные системы (ЭБС), включающие электронный каталог и полнотекстовые документы:

- «ЛАНЬ» - www.e.lanbook.com

- Образовательная платформа Юрайт - <https://urait.ru>

е) платформа цифрового образования Политеха - <https://lms.mospolytech.ru/>

ж) система «Антиплагиат» - <https://www.antiplagiat.ru/>

з) система электронного документооборота DIRECTUM Standard — обеспечивает документооборот между Филиалом и Университетом;

и) система «1С Управление ВУЗом Электронный деканат» (Московский политехнический университет) обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися;

к) система «POLYTECH systems» обеспечивает информационное, документальное автоматизированное сопровождение образовательного процесса;

л) система «Абитуриент» обеспечивает документальное автоматизированное сопровождение работы приемной комиссии.

12. Программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое), используемое при осуществлении образовательного процесса

Аудитория	Программное обеспечение	Информация о праве собственности (реквизиты договора, номер лицензии и т.д.)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmс	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Zoom	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)	
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmс	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и

<p>обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103</p>		01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а</p>	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	MS Windows 10 Pro	договор № 392_469.223.3К/19 от 17.12.19 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.223.3К/20
	Yandex браузер	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)	

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип и номер помещения	Перечень основного оборудования и технических средств обучения
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими</p>	<p><u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; информационные стенды; шкаф; <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).</p>

<p>средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)</p>	
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)</p>	<p><u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; стенды <u>Технические средства обучения:</u> компьютерная техника; мультимедийное оборудование (проектор, экран)</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)</p>	<p><u>Оборудование:</u> Комплект мебели для учебного процесса; <u>Технические средства обучения:</u> персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала</p>

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (согласно РПД)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
	1. Связи с общественностью и управление имиджем предприятия: понятия, история возникновения и развития,	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет

	место в коммуникационных системах		
	2. Исследования как первый этап Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	3. Связь с общественностью-особый вид управления.	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	4. Планирование корпоративных коммуникаций	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	5. Общественное мнение	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	6. Технологии производства информационных материалов.	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	7. Управление кризисными и конфликтными ситуациями в ПР-деятельности	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет
	8. Технологии использования ПР-методов	ОК-5, ПК-1	Опрос, тест, инд. задание, контрольная работа, зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ (УРОВНЕЙ) ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ С ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	пороговый уровень	знать: неполные представления о Методах работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	зачтено	Опрос, тест, зачет
	Продвинутый уровень	знать: в целом успешно, но с определенными пробелами в Методы работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	зачтено	Опрос, тест, проверка заданий, зачет

	Высокий уровень	<p>знать: Сформированные систематические представления о методах работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	зачтено	Опрос, тест, проверка заданий, зачет
<p>ПК-1</p> <p>владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	Пороговый уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности. <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, разбор конкретных ситуаций по социальному управлению организациями.</p>

	Продвинутый уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, разбор конкретных ситуаций Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, технология продуктивного чтения, разбор конкретных ситуаций по Связи с общественностью и управление имиджем предприятия в организации.</p>
	Высокий уровень	<p>знать: движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, основные этапы эволюции управленческой мысли.</p> <p>уметь: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; - эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций, прогнозировать сложные социальные проблемы, научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: понятийно-категориальным аппаратом социологии и гражданской позицией, ответственно участвовать в политической жизни.</p>	зачтено	<p>Дискуссия, Составление кроссвордов на термины Связи с общественностью и управление имиджем предприятия, Тренинг на лидерство, Реферат, эссе, тест. Составление социальных проектов.</p>

3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И

(ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) ДЛЯ ОПРОСА НА ЗАНЯТИЯХ

Тема (раздел)	Вопросы
1. Связи с общественностью и управление имиджем предприятия: понятия, история возникновения и развития, место в коммуникационных системах	История возникновения PR-кампании. Основные понятия и определения PR. Пять основных целей и составляющих PR. Функции PR. Основные направления по связям с общественностью. Связь с общественностью как особый вид управления
2. Исследования как первый этап Связи с общественностью и управление имиджем предприятия.	В чем отличительные особенности таких медиаканалов, как телевидение, пресса, радио, Интернет? Какие виды рекламы на телевидении Вам известны? Назовите базовые PR-документы в отношении со СМИ. В чем их отличия и преимущества? Какие структуры агентства включены в процесс медиапланирования? Какие этапы входят в состав разработки внутриагентских технических заданий? Что понимается под внешними PR-документами? Какие существуют средства для измерения мощности средств рекламы? Что собой представляет размер тиража? Какое бывает распространение изданий? Существует ли зависимость средней величины тиража от категории издания? Что такое журналистика? Как называется процесс влияния заинтересованных групп на принятие решений властными структурами?
3. Связь с общественностью-особый вид управления.	Какие профессиональные компетенции есть у PR-специалистов, работающих в российских компаниях? В каких организационных формах осуществляется PR-деятельность? В чем организационное отличие PR-отдела и пресс-службы? Какова стандартная структура PR-отдела? Что входит в задачи руководителей PR-отделов, если компания нанимает агентства на исполнение работ? С какого момента времени можно говорить о становлении выставочного бизнеса в России? Каковы основные функции PR-агентств? Какие этапы необходимо пройти для выбора PR-агентства? Какова стандартная структура PR-агентства? В чем отличие организационной структуры PR-агентства и PR-отдела? Какие функции выполняет фронт-офис PR-агентства? Какие функции выполняет бэк-офис PR-агентства? Опишите этапы взаимодействия PR-агентства и PR-отдела, если

	<p>компания нанимает агентство на исполнение работ. В России представлено большое количество агентств по связям с общественностью. В чем их основное предназначение? Какую роль играют журналисты в PR-деятельности? Каковы основные направления деятельности менеджера по работе со СМИ?</p>
<p>4. Планирование корпоративных коммуникаций</p>	<p>Какие классификационные признаки выставок существуют в настоящее время в России? Что такое Media Relations? Дайте определение. Перечислите основные типы СМИ. Каковы основные правила Media Relations, позволяющие Вам довести свое сообщение до публикации в СМИ? Какие основные инструменты построения долгосрочных отношений со СМИ Вы можете перечислить? Что собой представляют деловые и пресс-мероприятия? Какие задачи может решить пресс-конференция? Какие типы пресс-материалов могут быть подготовлены к пресс-конференции? Какие другие форматы работы со СМИ, кроме пресс-конференции, Вы знаете? Напишите пресс – релиз по важному для вашей фирмы вопросу. Докажите, что это — материал высокой степени готовности для публикации в СМИ. В чем особенности работы с сотрудниками радио и телевидения, приглашенных на пресс – конференцию? Каковы особенности релизов в социальных сетях? Для чего необходимо мероприятие круглый стол? Какие правовые законодательные акты используются в работе выставок и ярмарок?</p>
<p>5. Общественное мнение</p>	<p>Почему усилилось значение общественной репутации производителей товаров и услуг в развитии товарно-денежных отношений? На обеспечение чего направлена концептуальная деятельность по связям с общественностью? Какова стратегическая задача PR? От каких факторов будет зависеть дальнейшее развитие PR рынка в России? Какие профессиональные организации в сфере PR вам знакомы? Что означает термин «целевая группа» («целевая аудитория»)? Входят ли СМИ в целевые аудитории? Почему? Какие специализированные PR-отрасли вы знаете? Какова целевая аудитория корпоративного PR? Есть ли общие целевые группы у благотворительного фонда, занимающегося проблемой одиноких пожилых людей, и мусоросжигательного завода? Обоснуйте ответ. Каковы сходства и различия отраслей PR в сфере высоких технологий и социальных коммуникаций — по задачам и целевым аудиториям?</p>
<p>6. Технологии производства информационных материалов.</p>	<p>Какие профессиональные компетенции есть у PR-специалистов, работающих в российских компаниях? В каких организационных формах осуществляется PR-деятельность? В чем организационное отличие PR-отдела и пресс-службы?</p>

	<p>Какова стандартная структура PR-отдела? Что входит в задачи руководителей PR-отделов, если компания нанимает агентства на исполнение работ? С какого момента времени можно говорить о становлении выставочного бизнеса в России? Каковы основные функции PR-агентств? Какие этапы необходимо пройти для выбора PR-агентства? Какова стандартная структура PR-агентства? В чем отличие организационной структуры PR-агентства и PR-отдела? Какие функции выполняет фронт-офис PR-агентства? Какие функции выполняет бэк-офис PR-агентства? Опишите этапы взаимодействия PR-агентства и PR-отдела, если компания нанимает агентство на исполнение работ.</p>
<p>7. Управление кризисными и конфликтными ситуациями в PR-деятельности</p>	<p>Какие классификационные признаки выставок существуют в настоящее время в России? Что такое Media Relations? Дайте определение. Перечислите основные типы СМИ. Каковы основные правила Media Relations, позволяющие Вам довести свое сообщение до публикации в СМИ? Какие основные инструменты построения долгосрочных отношений со СМИ Вы можете перечислить? Что собой представляют деловые и пресс-мероприятия? Какие задачи может решить пресс-конференция? Какие типы пресс-материалов могут быть подготовлены к пресс-конференции? Какие другие форматы работы со СМИ, кроме пресс-конференции, Вы знаете? Напишите пресс – релиз по важному для вашей фирмы вопросу. Докажите, что это — материал высокой степени готовности для публикации в СМИ.</p>
<p>8. Технологии использования PR-методов</p>	<p>В чем особенности работы с сотрудниками радио и телевидения, приглашенных на пресс – конференцию? Каковы особенности релизов в социальных сетях? Для чего необходимо мероприятие круглый стол? Какие правовые законодательные акты используются в работе выставок и ярмарок? Какие задачи можно решить через организацию событий? Чем отличаются интересы деловых СМИ от общеполитических СМИ? Чем отличаются интересы общеполитических СМИ от гляцевых СМИ? Чем отличаются интересы печатных СМИ от интернет-СМИ? Почему необходимы спецмероприятия для представителей СМИ и целевых аудиторий, каковы их цели и задачи? Составьте пресс – релиз для сообщения в СМИ о появлении нового товара вашей фирмы (введении новых услуг). Кто участвует в брифингах? Из каких составляющих образуется бренд бук? Почему получили огромное распространение блоги и социальные сети? Чем отличается пресс-конференция от пресс-завтрака? Отличие сайта и блога?</p>

3.2. ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ), САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Тематика самостоятельной работы:

1. Дайте определение понятия ПР или «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия».
2. Раскройте четыре подхода к определению управления общественными отношениями.
3. Сформулируйте цель и задачи ПР.
4. Расскажите основные функции ПР.
5. Раскройте сходства и различия между ПР и рекламой, лобби и пропагандой.
6. Что такое общественные отношения и как ими управляют.
7. Перечислите теоретические положения, на которых основывается философия общественных связей.
8. Раскройте содержание концепции социального действия Ю. Хабермаса.
9. Какие назначения имеют общественные связи.
10. Какова природа социальной зависимости.
11. Роль социальных конфликтов в обеспечении политической, экономической и конкурентной борьбы.
12. Покажите значение общественных связей в обеспечении развития личности в обществе.
13. Каковы задачи социального контроля.
14. Дайте определение понятия организация, управление организацией и покажите место ПР в ней.
15. Раскройте содержание системы управления организацией и определите место ПР в ее трех подсистемах.
16. Охарактеризуйте систему RACE и ее использование в ПР.
17. Покажите место ПР в системе ИМК.
18. Использование УКЦ в ПР-деятельности.
19. Что позволит сделать социологические исследования в ПР.
20. Определите вопросы исследования.
21. Перечислите прикладные цели исследования.
22. Какие социологические методы применяются в ПР деятельности.
23. Дайте характеристику всеобщим, локальным и выборочным социологическим исследованиям.
24. Почему в ПР-деятельности широко используется выборочные исследования.
25. Что называется выборкой.
26. Охарактеризуйте основные понятия выборочных исследований.
27. Назовите методы выборочного исследования.
28. Основные типы выборки.
29. Перечислите основные виды выборки.
30. Как определить объем выборочной совокупности.

31. Перечислите классификацию социологических прямых наблюдений для проведения ПР-кампаний.

32. Дайте характеристику ориентиров для наблюдения как метода социологического исследования.

33. Обоснуйте использование контролируемого и включенного наблюдения.

34. Дайте понятие надежности информации, перечислите процедуры надежности.

35. Перечислите и дайте характеристику формам анализа документов.

36. Дайте характеристику категориям опроса: фокус-группа, глубинное интервью, анкетный опрос.

37. Обоснуйте необходимость социально-психологических исследований.

38. В чем заключается «особость и необычность» управленческой деятельности в ПР.

39. Перечислите общие условия реализации эффективного управления общественными отношениями.

40. Дайте характеристику управляемым и управляющим системам в ПР.

41. Каковы отличительные черты систем управления общественными отношениями.

42. Что такое «общественность» как объект управления.

43. Охарактеризуйте объект управления ПР в политическом аспекте, в системе государственной службы, экономического менеджмента.

44. Перечислите принципиальные характеристики методов управления.

45. Какие стили управления наиболее эффективны в управлении общественными отношениями.

46. Раскройте значение исследований текущего состояния организации.

47. Дайте анализ среды прямого воздействия (модифицированный SWOT-анализ).

48. Покажите необходимость PEST-анализа для определения текущего состояния организации.

49. Стратегическое планирование как процесс постановки целей ПР-деятельности. Понятие разрыва.

Темы для рефератов

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.

2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.

3. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.

4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.

5. Виды информационных поводов и способы их создания.

6. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.

7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR.
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира.
10. Возникновение связей с общественностью как социального института.
11. Связи с общественностью как функция менеджмента.
12. Современный специалист в области связей с общественностью.
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
16. Этика профессионального поведения.
17. Организация работы отдела по связям с общественностью.
18. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.
19. Функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях.
20. Принципы и способы взаимодействия связей с общественностью и средствами массовой информации.
21. Фирменный стиль организации.
22. Проведение кампаний по связям с общественностью.
23. Организация избирательной кампании.
24. Связи с общественностью в коммерческом секторе.
25. Фандрайзинг как технология связей с общественностью.
26. Связи с общественностью в государственном управлении.
27. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
28. Управление процессом публичных рилейшнз.

3.3. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ, КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)

Рабочей программой и учебным планом не предусмотрено.

3.4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ (ТЕСТ)

Критерии оценки:

- пороговый уровень – 50 % верных ответов;
- продвинутый уровень – 51-70 % верных ответов;
- высокий уровень – свыше 70 % верных ответов.

1. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

2. Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

3. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

4. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

5. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

6. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами
- в) напротив хозяев

7. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

8. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

9. Интервью:

- а) художественное описание работы фирмы
- б) обзор событий
- в) беседа в форме вопросов и ответов

10. PR-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- а) менеджер по связям с персоналом фирмы
- б) вице-президент по связям с общественностью
- в) менеджер по связям с общественностью

11. Фандрайзинговая деятельность:

- а) сбор средств на решение социально значимой проблемы
- б) участие в работе фондовой биржи
- в) пожертвование средств на благотворительные цели

12. Первая самостоятельная американская PR-фирма имела название:

- а) «Уильям Болдуин»
- б) «Паблицити-бюро»
- в) «Паркер энд Ли»

13. Роль PR-персонала в принятии стратегических решений определяется:

- а) вхождением PR-специалиста в состав «руководящей команды»
- б) компетентностью PR-менеджера
- в) финансовым обеспечением PR-службы

14. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

- а) не более 10 минут
- б) 2-3 минуты
- в) 20 минут

15. К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

- а) опосредованный характер
- б) непосредственный характер
- в) совпадение по времени

16. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью PR-проекта было:

- а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования
- б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика
- в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

17. Управленческая компетенция специалиста ПР предполагает:

- а) владение иностранными языками
- б) знание математических методов обработки информации
- в) стратегическое мышление

18. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, ПР-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:

- а) налаживать тесное сотрудничество с властями
- б) применять научные методы изучения общественного мнения
- в) распространять информацию об организации

19. Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», – это средство финансовых коммуникаций:

- а) экономическое обозрение
- б) корпоративная брошюра
- в) годовой отчет компании

20. Основной недостаток подчинения ПР-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:

- а) руководитель ПР-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации
- б) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации
- в) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

21. Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации:

- а) повысить эффективность коммуникаций
- б) добиться роста банковских кредитов
- в) снизить себестоимость продукции

22. Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных ПР-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

- а) 28
- б) 108
- в) 90

23. Контроль исполнения решений, разработанных и принятых взаимодействующими партнерами, проводится на следующем этапе механизма взаимодействия госструктур и общественных объединений:

- а) четвертом
- б) третьем
- в) пятом

24. Движение от базового состояния субъектов взаимодействия и их отношений к результату, сокращающему разрыв между базовым состоянием и целью, есть план:

- а) рабочий
- б) перспективный
- в) предварительный

25. Разного вида “мозговые атаки” в основной части переговоров используются для нахождения наиболее приемлемого:

- а) автора, подающего идею
- б) маркетингового проекта
- в) варианта решения

3.5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА)

Сформулировать основные определения ПР и дать ее структуру.

- 2. Перечислить основные направления деятельности ПР.
- 3. Дать формулировки понятиям «общественность» и «связь» в ПР.
- 4. Показать динамику развития ПР в мировом пространстве.
- 5. Раскрыть функции ПР.
- 6. Определить цели и задачи ПР.
- 7. Рассказать о системе действия ПР.
- 8. Показать структуру деятельности ПР.
- 9. Выявить различия между стратегическим и проектным планированием ПР.
- 10. Раскрыть основные этапы стратегического планирования ПР.
- 11. Показать сходства и различия понятий ПР и лоббизм, ПР и пропаганда, ПР и реклама.
- 12. Перечислить этапы управления информацией.
- 13. Дать механизм управления информацией.
- 14. Рассказать о методах и приемах конструирования новостей.
- 15. Дать теоретическое обоснование места ПР в органах государственной власти.
- 16. Раскрыть функции государственной ПР службы.
- 17. Охарактеризовать пресс-службу Президента РФ.
- 18. Функции управления Президента РФ по связям с общественностью.
- 19. Дать характеристику центру общественных связей Федеративной службы налоговой полиции.
- 20. Показать задачи центра общественных связей Министерства образования РФ.
- 21. Раскрыть значение и структуру внешних коммуникаций.
- 22. Рассказать о значении коммуникаций в организациях.
- 23. Раскрыть роль и значение формальной и неформальной коммуникации.

24. Охарактеризовать этапы внутренней коммуникации.
25. Основные направления деятельности ПР в политике.
26. Основные направления деятельности ПР в бизнесе.
27. Раскрыть основные направления ПР в средствах массовой информации.
28. Этика отношений с прессой.
29. Раскрыть роль ответственного за Связи с общественностью и управление имиджем предприятия в организациях.
30. Рассказать о механизме предоставления информационных услуг.
31. Перечислить средства взаимодействия ПР.
32. Общественное мнение, как структурный элемент ПР.
33. Проблемы и тенденции развития российских ПР-служб.
34. Перечислить основные организационные формы ПР.
35. Охарактеризовать электронные средства информации.
36. Раскройте возможности и необходимость фоторепортажей в ПР.
37. Расскажите о некоммерческих сферах действия ПР.
38. Раскройте понятия «имидж». Имидж отдельной личности и имидж организации и их значение в ПР.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

4.1. Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования, достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине

ОК-5- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия				
Этап (уровень)	Критерии оценивания			
	не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
знать	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: методы работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: методы работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: методы работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: методы работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
уметь	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет:	Обучающийся демонстрирует неполное	Обучающийся демонстрирует частичное	Обучающийся демонстрирует полное

	работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
владеть	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет: Навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся владеет в неполном объеме и проявляет недостаточность владения Навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия:	Обучающимся допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения, частично владеет: Навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся свободно применяет полученные навыки, в полном объеме владеет: Навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-1-владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Этап (уровень)	Критерии оценивания			
	не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
знать	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы

	<p>принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>
уметь	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.</p>
владеть	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет: навыками использования основных теорий</p>	<p>Обучающийся владеет в неполном объеме и проявляет недостаточность владения: навыками использования</p>	<p>Обучающимся допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения,</p>	<p>Обучающийся свободно применяет полученные навыки, в полном объеме владеет:</p>

мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	частично владеет: навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
--	--	---	---

4.2. Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по дисциплине «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия», при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Связи с общественностью и управление имиджем предприятия» (прошли промежуточный контроль, выполнили практические работы, выполнили реферат или выступили с докладом).

Шкала оценивания	Описание
------------------	----------

Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенных в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются незначительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры, протокол № 9 от «10» апреля 2021 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры, протокол № 11 от « 14 » мая 2022 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, а так же перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 06 от «04» марта 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, актуализации тем для самостоятельной работы, актуализации вопросов для подготовки к промежуточной аттестации, актуализации перечня основной и дополнительной учебной литературы.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 10 от «22» августа 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации электронных библиотечных систем.