

Приложение № 6 к ОПОП высшего образования,
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент,
направленность (профиль) программы прикладно-
го бакалавриата «Управление человеческими ре-
сурсами»

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НИЖЕГОРОДСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «ПАБЛИК-РИЛЕЙШНЗ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕ-
СУРСАМИ»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы
прикладного бакалавриата «**Управление человеческими ресурсами**»

Формы обучения:

очная, заочная

Виды профессиональной деятельности:

организационно-
управленческая

Учебный год:

2019/2020



Нижегород 2019

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(АНО ВО МГЭУ)
НИЖЕГОРОДСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДАЮ
Директор НИ (Ф) АНО ВО МГЭУ
 Е.Б. Жбаков
«29» апреля 2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «ПАБЛИК-РИЛЕЙШНЗ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ
РЕСУРСАМИ»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы
прикладного бакалавриата «**Управление человеческими ресурсами**»

Формы обучения:

очная, заочная

Виды профессиональной деятельности:

организационно-управленческая

Учебный год:

2019/2020

Нижний Новгород 2019

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:


- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 (зарегистрировано в Минюсте России 9 февраля 2016 г. регистрационный № 41028) (с изменениями и дополнениями от 20.04.2016, 13.07.2017);
- Приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Учебными планами (очной и заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) программы «Управление человеческими ресурсами».

Рабочая программа дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами». – Нижний Новгород: НИ(ф) МГЭУ, 2019. – 39 с.

Разработчик:

Доцент кафедры менеджмента
НИ(ф) АНО ВО МГЭУ, к.в.н., до-
цент

*Должность, ученая степень,
ученое звание*



подпись

М.И. Титков
И.О. Фамилия

Рецензент:

Заведующий кафедрой менедж-
мента АНО ВО МГЭУ к.э.н., до-
цент


*Должность, ученая степень,
ученое звание*



подпись

С.А. Голубцов
И.О. Фамилия

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры менеджмента (протокол от 10.04.2019 № 9).

Заведующий кафедрой менеджмента к.э.н., доцент _____  В.И. Тимоненков

СОДЕРЖАНИЕ

1. <u>Цели и задачи обучения по дисциплине</u>	5
2. <u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	5
3. <u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	6
4. <u>Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся</u>	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
6. <u>Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине</u>	14
7. <u>Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	15
7.1 <u>Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы</u>	15
7.2. <u>Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания</u>	15
7.3. <u>Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций</u>	18
8. <u>Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</u>	26
9. <u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины</u>	26
10. <u>Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины</u>	27
10.1. <u>Общие методические рекомендации по освоению дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» для студентов направления 38.03.02 Менеджмент</u> ..	27
10.2. <u>Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент</u>	29
11. <u>Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем</u>	32
12. <u>Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине</u>	33
13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)	35

1. Цели и задачи обучения по дисциплине

Цель обучения по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами»: сформировать у студентов навыки осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах с учетом современных технологий и на основе умения работать с проектной документацией.

Задачи изучения дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами»: ознакомить студентов с функциями, задачами, сферами применения рекламы и связей с общественностью; научить применению технологий организации работы по рекламе и связям с общественностью для решения различных профессиональных задач в пределах функций менеджера.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» направлен на формирование у студентов, обучающихся по программе высшего образования – программе бакалавриата – по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриат), направленность (профиль): «Управление человеческими ресурсами» общепрофессиональных компетенций ОК-4, ОПК-4, ПК-3.

Код и описание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;	Знает технологии рекламы и PR, используемые в коммуникации в устной и письменной формах в различных структурах;
	Умеет применять полученные знания PR-коммуникации в устной и письменной формах для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
	Владеет навыками под контролем осуществлять коммуникации в устной и письменной формах в различных структурах – государственных, общественных, коммерческих с учетом современных технологий.
ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знает бизнес-этикет, методики делового общения и публичных выступлений, особенности переговоров, принципы осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций;
	Умеет осуществлять устное и письменное деловое общение в различных сферах коммуникации с учетом коммуникационных и имиджевых целей организации;
	Владеет навыками самостоятельно и с помощью PR-консультантов осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.
ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направ-	Знает технологии стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации в области рекламы и PR, используемые в профессиональной деятельности, информационно-коммуникативные тех-

ленной на обеспечение конкурентоспособности	нологии стратегического анализа, разработки и осуществления коммуникационной стратегии организации;
	Умеет выбирать из комплекса рекламных и PR-технологий те, которые необходимы для стратегического анализа, разработки и осуществления коммуникационной стратегии организации;
	Владеет навыком анализировать и оценивать эффективность применяемых рекламных и PR-технологий, реализовывать знания в области рекламных и PR-технологий с учетом стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.08 «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» реализуется в рамках базовой части Блока I «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата. Дисциплина базируется на знаниях, полученных обучающимися при изучении дисциплин «Маркетинг», «Стратегическое управление человеческими ресурсами», «Коммуникационный менеджмент», «Межкультурные коммуникации».

Дисциплина «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» является промежуточным этапом формирования компетенций ОК-4 и ПК-3 и завершающим этапом формирования компетенции ОК-4 в процессе освоения ОПОП. Далее формирование компетенций ОК-4 и ПК-3 углубляется и расширяется в рамках дисциплин «Управление качеством», «Управление рисками», а также в процессе производственной и преддипломной практики. В качестве промежуточной аттестации по дисциплине предусмотрен экзамен в 7-м семестре у обучающихся по очной форме обучения, зачет в 8 семестре и экзамен в 9 семестре у обучающихся по заочной форме обучения.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-4, ОК-4, ПК-3 определяется в период государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся

Согласно учебным планам общая трудоемкость дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:	72	72
лекции	36	36
практические занятия	36	36
Самостоятельная работа*	72	72
Промежуточная аттестации - экзамен	36	36
Общая трудоемкость	180	180

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		9
Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:	18	18
лекции	10	10
практические занятия	8	8
Самостоятельная работа*	153	153
Промежуточная аттестация	9	9
Общая трудоемкость	180	180

* для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом.¹

Дисциплина реализуется посредством проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) и промежуточной аттестации обучающихся. В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение дисциплины проходит в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При реализации дисциплины предусмотрена аудиторная контактная работа и внеаудиторная контактная работа, посредством электронной информационно-образовательной среды. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме лекций и практических занятий. В лекциях раскрываются основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу. На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения тем. Внеаудиторная контактная работа включает в себя проведение текущего контроля успеваемости (тестирование) в электронной информационно-образовательной среде.

¹Примечание:

для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов).

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

Тематический план для очной формы обучения

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
7-й семестр							
1	Сущность и содержание публичных связей. Различные связи с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом. Структура научного знания о связях с общественностью	16	8	4*	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
2	История развития связей с общественностью. Современный генезис развития связей с общественностью.	16	8	4*	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
3	Правовые аспекты связей с общественностью. Коммуникация в PR-деятельности. Международные связи с общественностью.	16	8	4*	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
4	Управление мотивацией в PR-деятельности	16	8	4	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
5	Манипуляция в связях с общественностью	16	8	4	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
6	Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR	16	8	4	4*	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
7	Роль и функции служб связей с общественностью	16	8	4	4*	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
8	Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью	16	8	4	4*	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3

9	GR-деятельность отделов по связям с общественностью. Антикризисный PR.	16	8	4	4	8	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
	Экзамен	36					ОК-4, ОПК-4, ПК-3
	Итого по дисциплине	180	72	36/12*	36/12*	72	

* часы занятий, проводимые в активной и интерактивной форме

Тематический план для заочной формы обучения

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
9 семестр							
1	Сущность и содержание паблик рилейшнз. Различия связей с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом. Структура научного знания о связях с общественностью	19	2	2*		17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
2	История развития связей с общественностью. Современный генезис развития связей с общественностью.	19	2	2*		17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
3	Правовые аспекты связей с общественностью. Коммуникация в PR-деятельности. Международные связи с общественностью.	19	2	2		17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
4	Управление мотивацией в PR-деятельности	19	2	2		17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
5	Манипуляция в связях с общественностью	19	2	2		17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
6	Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR	19	2		2*	17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3

7	Роль и функции служб связей с общественностью	19	2		2	17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
8	Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью	17				17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
9	GR-деятельность отделов по связям с общественностью. Антикризисный PR.	17				17	ОК-4, ОПК-4, ПК-3
	Экзамен	9					ОК-4, ОПК-4, ПК-3
	Итого по дисциплине	180	18	10/4*	8/2*	153	

* часы занятий, проводимые в активной и интерактивной форме

Формы учебных занятий с использованием активных и интерактивных технологий обучения

№	Наименование разделов (тем), в которых используются активные и/или интерактивные образовательные технологии	Образовательные технологии
Очная форма обучения		
1.	Лекция Тема 1. Сущность и содержание публичных релейшнз. Различия связей с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом. Структура научного знания о связях с общественностью	Интерактивная лекция
2.	Лекция Тема 2. История развития связей с общественностью. Современный генезис развития связей с общественностью.	Интерактивная лекция
3.	Лекция Тема 3. Правовые аспекты связей с общественностью. Коммуникация в PR-деятельности. Международные связи с общественностью.	Интерактивная лекция
4.	Практическое занятие Тема 6. Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR	Групповая дискуссия
5.	Практическое занятие Тема 7. Роль и функции служб связей с общественностью	Круглый стол
6.	Практическое занятие Тема 8. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью	Разработка презентаций по теме
Заочная форма обучения		
7.	Лекция Тема 1. Сущность и содержание публичных релейшнз. Различия связей с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом. Структура научного знания о связях с общественностью	Интерактивная лекция

8.	Лекция Тема 2. История развития связей с общественностью. Современный генезис развития связей с общественностью.	Интерактивная лекция
9.	Практическое занятие Тема 6. Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR	Групповая дискуссия

Интерактивная лекция– визуальная форма подачи лекционного материала мультимедийными средствами или аудиовидеотехники. Чтение такой лекции сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов.

Круглый стол – способ организации обсуждения вопроса, обобщение идеи и мнения относительно обсуждаемой проблемы;

Разработка презентаций по теме – вид работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint. Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления её в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде.

Групповая дискуссия– это взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых студентов.

5.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Сущность и содержание паблик рилейшнз(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Основные понятия паблик рилейшнз. Цели и задачи, решаемые с помощью связей с общественностью. Паблик рилейшнз как наука и искусство формирования общественного мнения в желаемом направлении. основополагающие принципы PR. Функции паблик рилейшнз. Виды связей с общественностью*.

Основные модели паблик рилейшнз как управление информационными потоками и коммуникациями между организацией и общественностью.

Задачи и аудитории связей с общественностью, журналистики, рекламы и маркетинга. Границы деятельности. Каналы коммуникации.

Формат и контекст деятельности в сфере паблицити.

Функции маркетинга и связей с общественностью*. Особенности участия связей с общественностью в стратегии маркетинга как пятого «Р» наряду с остальными четырьмя «Р»: продукт, цена, место и продвижение.

Общетеоретическое знание о характере, специфике, формах развития связей с общественностью.

Прикладное знание об условиях и путях решения конкретных управленческих PR-задач.

Теоретические методы описания и объяснения связей с общественностью: структурализм, топологизм*, функционализм. Системный подход, теория рационального выбора.

Количественные и качественные методы эмпирического исследования связей с общественностью.

* Изучаются самостоятельно.

Тема 2. История развития связей с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Начало становления связей с общественностью в античные времена. Особая роль в развитии связей с общественностью устного слова. Активное применение письменного слова в историографических сочинениях, открытых письмах. Античная реклама и ее разновидность – граффити (настенные надписи, процарапанные любым жителем города и содержащие личностные мнения, соображения, призывы). Перформансные формы связей с общественностью.

Средневековая коммуникация в ееизобразительном варианте. Ритуализированные, театрализованные элементы связей с общественностью*.

Особое значение в Новое время «магии имени» и яркость, доходчивость текста обращения. Авторитет того или иного лица, приобретающего известность с помощью печатного слова.

Зарождение выражения «PublicRelations» в США. Американский журналист Айви Л. Ли, ставший одним из основателей новой теории общения. 30-е годы XX века в США. PR – как самостоятельная функция менеджмента.

Современные элементы PR в Британии*. Институт по связям с общественностью (InstituteofPublicRelations – IPR) – ведущее объединение британских профессионалов PR.

Развитие современного российского PR-рынка в 90-х годах XX века. Создание в 1991 г. Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО). Создание отделений связей с общественностью в МГУ, МГИМО, РУДН.

Тема 3. Правовые аспекты связей с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Основные международно-правые акты, регулирующие право человека на информацию.

Информационная политика в РФ. Основные федеральные законы «О рекламе», «Об информации, информатизации и защите информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», регулирующие рынок массовых коммуникаций и СМИ.

Основная задача в осуществлении коммуникации в связях с общественностью.

Основные виды коммуникации*. Центральная тема и сюжетные линии.

Практические приемы коммуникационного воздействия на группы общественности. Приемы внимания, приемы доверия, приемы интерпретации, приемы подкрепления.

Сущность и содержание международных связей с общественностью. Задачи в области связей с общественностью, механизмы для новой эры глобальногоPR. Различия между странами в языке, законах и культурных привычках.

Международные правительственные связи с общественностью. Функции и способы взаимодействия правительственного PR.

Тема 4. Управление мотивацией в PR-деятельности(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Понятие «мотивационная сфера личности». Теория потребностей А. Маслоу. Когнитивная теория мотивации социального действия*.

Структура когнитивного процесса. Внимание, категоризация и атрибуция, внутренняя информация, понимание информации, осознание информации, рациональное действие.

Основные ограничения, влияющие на установки людей и их поведение.

Тема 5. Манипуляция в связях с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Определение понятия манипуляция в связях с общественностью. Отличительные признаки манипуляционного воздействия.

Скрытое воздействие на сознание и подсознание человека. Способы скрытого воздействия: в текстах СМИ, в устной речи. Технологии и техники языковой манипуляции в СМИ. Контент-анализ как методы определения и подсчета манипулятивных техник.

Манипулятивные технологии, связанные с формированием общественного мнения. Вербальная и невербальная составляющая публичных выступлений (на конкретных примерах)*.

Тема 6. Основные этапы PR-деятельности(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Определение проблемы. Постановка конкретных целей коммуникации. Планирование PR-программы. Определение, что именно нужно сделать для решения проблемы. Разработка стратегии и тактики связей с общественностью. Реализация PR-программы*. Составление календарного плана. Оценка результатов. Анализ и контроль хода реализации и достигнутых результатов программы.

Основные этапы управления связей с общественностью. Предварительная стадия. Разработка концепции и стратегии управления связей с общественностью. Разработка тактики управления связей с общественностью и их реализация. Основные элементы стратегического планирования и реализации связей с общественностью*.

Тема 7. Роль и функции служб связей с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Сущность деятельности служб по связям с общественностью. Функции институтов связей с общественностью.

Современные направления деятельности служб связей с общественностью как коммуникационное взаимодействие с группами общественности и органами управления.

Численность, состав и обязанности сотрудников отделов по связям с общественностью*. Факторы культурного порядка при разработке структуры PR-отдела.

Тема 8. Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Личные и деловые качества PR-менеджера. Лидерские и харизматические способности менеджеров по связям с общественностью.

Специфические управленческие качества PR-менеджеров. Статусные характеристики современных специалистов по связям с общественностью. Внешность и поведение PR-менеджеров, их деловые и профессиональные качества*.

Тема 9. GR-деятельность отделов по связям с общественностью(ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Сущность GR – деятельности отделов по связям с общественностью. Основные лоббистские функции служб связей с общественностью.

Уровни влияния служб связей с общественностью на государственную политику*.

Приоритетные этапы лоббистской деятельности PR-отделов.

Управления в условиях социального конфликта. Компромисс и консенсус как формы и способы урегулирования социальных конфликтов.

Основные направления и методы разрешения социальных конфликтов службами связей с общественностью. Факторы, способствующие снижению конфликтной напряженности*.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по учебной дисциплине может выполняться в читальном зале МГЭУ, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС МГЭУ. Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме дисциплины;
- выполнение домашнего задания к занятию;
- выполнение домашней контрольной работы (решение заданий, выполнение упражнений);
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы);
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к контрольной работе;
- подготовку к экзамену.

№ п/п	Вид учебно-методического обеспечения
1	Общие методические рекомендации по изучению дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (см. п. 10.1)
2	Методические рекомендации по самостоятельной работе и выполнению контрольных работ по изучению дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
3	Комплекс заданий для текущего контроля успеваемости и критерии оценки выполнения заданий.
4	Задания для промежуточной аттестации по дисциплине и критерии оценки уровня сформированности компетенции.

7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Порядок, определяющий процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций определен в Положении о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в АНО ВО МГЭУ и институтах (филиалах).

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

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП прямо связаны с местом дисциплин в образовательной программе. Каждый этап формирования компетенции, характеризуется определенными знаниями, умениями и навыками и (или) опытом профессиональной деятельности, которые оцениваются в процессе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине (практике) и в процессе государственной итоговой аттестации.

Дисциплина «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» является промежуточным этапом формирования компетенций ОПК-4 и ПК-3 и завершающим этапом формирования компетенции ОК-4 в процессе освоения ОПОП. Далее формирование компетенций ОПК-4 и ПК-3 углубляется и расширяется в рамках дисциплин «Управление качеством», «Управление рисками», а также в процессе производственной и преддипломной практики.

В процессе изучения дисциплины, компетенции также формируются поэтапно. Основными этапами формирования ОК-4, ОПК-4, ПК-3 при изучении дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми дескрипторами (составляющими) компетенций. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень сформированности компетенций. Для оценки уровня сформированности компетенций в процессе изучения дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» предусмотрено проведение текущего контроля успеваемости по темам (разделам) дисциплины и промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-4, ОПК-4, ПК-3 определяется в период государственной итоговой аттестации.

7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

На этапе текущего контроля успеваемости обучающихся показателями оценивания уровня сформированности компетенций являются результаты тестирования и выполнения контрольных работ по темам.

Критерии оценки результатов тестирования и выполнения контрольных работ по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами»

% верных решений (ответов)	Шкала оценивания
85-100	5 – «Отлично»
71-84	4 – «Хорошо»
50-70	3 – «Удовлетворительно»
0-49	2 – «Неудовлетворительно»

На этапе промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» показателями являются результаты обучения по дисциплине (Знает, Умеет, Владеет).

Показатели оценивания компетенций
ОК-4
Знает технологии рекламы и PR, используемые в коммуникации в устной и письменной формах в различных структурах;
Умеет применять полученные знания PR-коммуникации в устной и письменной формах для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
Владеет навыками под контролем осуществлять коммуникации в устной и письменной формах в различных структурах – государственных, общественных, коммерческих с учетом современных технологий.
ОПК-4
Знает бизнес-этикет, методики делового общения и публичных выступлений, особенности переговоров, принципы осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций;
Умеет осуществлять устное и письменное деловое общение в различных сферах коммуникации с учетом коммуникационных и имиджевых целей организации;
Владеет навыками самостоятельно и с помощью PR-консультантов осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.
ПК-3
Знает технологии стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации в области рекламы и PR, используемые в профессиональной деятельности, информационно-коммуникативные технологии стратегического анализа, разработки и осуществления коммуникационной стратегии организации;
Умеет выбирать из комплекса рекламных и PR-технологий те, которые необходимы для стратегического анализа, разработки и осуществления коммуникационной стратегии организации;
Владеет навыком анализировать и оценивать эффективность применяемых рекламных и PR-технологий, реализовывать знания в области рекламных и PR-технологий с учетом стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

Показателями оценивания компетенций ОК-4, ОПК-4, ПК-3 на этапе изучения дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» являются результаты обучения по данной дисциплине.

Шкала оценивания, в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций

<p>«недостаточный» Компетенции не сформированы.</p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы</p>	<p>«пороговый» Компетенции сформированы.</p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>«продвинутый» Компетенции сформированы.</p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p>«высокий» Компетенции сформированы.</p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение, без грубых ошибок, решать практические задания, которые следуют выполнить. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить. - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания. - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»

Оценочный лист результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Уровень сформированности компетенции на данном этапе / оценка
ОК-4	
ОПК-4	
ПК-3	
Оценка по дисциплине	

ЭКЗАМЕН

Оценка по дисциплине зависит от уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной и представляет собой среднее арифметическое от выставленных оценок по отдельным результатам обучения (знания, умения, навыки).

Оценка «отлично» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 4,5 до 5,0.

Оценка «хорошо» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3,5 до 4,4.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3 до 3,4.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если хотя бы одна из компетенций, закрепленных за дисциплиной, сформирована на уровне ниже «порогового».

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций²

Примерный комплект заданий для текущего контроля успеваемости

Типовые контрольные работы

Типовая контрольная работа №1. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 1: Сущность и содержание публич рилейшнз. Различие связей с общественностью с журналистикой, рекламой и маркетингом. Структура научного знания о связях с общественностью

Ответить на теоретические вопросы 1-15 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Составить сравнительную таблицу «Различие связей с общественностью с журналистикой, рекламой, маркетингом». Критерии: методология деятельности, определение, объект и предмет, цели, задачи, средства деятельности, аудитория коммуникации, функции.

Практическое задание: Сравните между собой модели рекламного воздействия (ДАГМАР, АИДА и др.) и определите, как будут выглядеть цели рекламной деятельности фирмы при использовании одной из этих моделей. Объясните свой ответ.

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №2. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 2: История развития связей с общественностью. Современный генезис развития связей с общественностью.

Ответить на теоретические вопросы 20-40 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

²Оценочные материалы в полном объеме разработаны и утверждены кафедрой, реализующей данную дисциплину, являются составной частью ОПОП.

Практическое задание. Самостоятельно найти и выписать примеры PR-программ из практики отечественных предприятий (желательно – коммерческих). Объем – не менее трех примеров.

Практическое задание. Сделайте сравнительный анализ структуры, формата, цвета ведущих деловых печатных СМИ России.

Типовая контрольная работа №3. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 3: Правовые аспекты связей с общественностью. Коммуникация в PR-деятельности. Международные связи с общественностью.

Практическое задание: Смоделируйте собственную рекламную кампанию. Пропишите ее этапы, основной упор сделайте на аналитический этап и этап планирования. Какие методики исследования вы будете использовать на аналитическом этапе? Какие виды планов будут задействованы на этапе планирования? Составьте примерные графики.

Практическое задание: Приведите примеры удачных и неудачных публичных выступлений, и деловых переговоров. Прокомментируйте полученные данные и выводы по исследованию

Ответить на теоретические вопросы 5-10 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №4. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 4: Управление мотивацией в PR-деятельности

Практическое задание. Найти 5 примеров рекламных текстов в прессе и проанализировать их по параметрам: приемы увеличения эффективности сообщения; композиция и месторасположение сообщения. Объясните содержание сообщения.

Практическое задание: Опишите основные составные части пресс-конференции: открытие пресс-конференции, вступительное слово, информационные сообщения основных участников, вопросы журналистов, краткое заключительное слово.

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №5. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 5: Манипуляция в связях с общественностью

Практическое задание: Подберите рекламные материалы, характеризующие, на ваш взгляд, удачные и неудачные рекламные кампании. Обоснуйте свою точку зрения.

Практическое задание. Подготовить публичное выступление на 5-7 минут на любую актуальную, общественно-значимую тему.

Практическое задание. Исследуйте особенности рекламы в газетах и журналах, сделайте сравнительный анализ.

Ответить на теоретические вопросы 20-25 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №6. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 6: Основные этапы PR-деятельности. Стратегическое планирование в PR

Практическое задание: Сформируйте отчет о проведении какой-либо известной, недавно завершившееся рекламной кампании, так как вы сформировали бы его, если бы рекламодатель был вашим заказчиком. Объем – не менее 3 листа А4.

Практическое задание: Выявите особенности функциональных обязанностей пресс-секретаря органов государственной власти на конкретном примере.

Ответить на теоретические вопросы 25-30 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №7. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 7: Роль и функции служб связей с общественностью

Ответить на теоретические вопросы 15-20 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Практическое задание: Небольшой ресторан в центре Москвы собирается запустить рекламную кампанию перед открытием. Какие факторы будут влиять на размер его рекламного бюджета? Помогите владельцу рассчитать бюджет на рекламу на 6 месяцев.

Практическое задание. Составьте календарный план мероприятий внутри рекламной кампании. Срок проведения кампании – 2 месяца. Объект – любой.

Типовая контрольная работа №8. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 8: Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью

Практическое задание. Подготовить памятку специалиста для ведения деловой переписки по электронной почте.

Кейс-задание: Выберите любую марку. Разработайте для нее комплексный план маркетинга, включающий рекламу, прямой маркетинг и стимулирование продаж. Точно определите, почему, для какой цели и в какой последовательности используется каждый элемент.

Ответить на теоретические вопросы 30-40 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Типовая контрольная работа №9. (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Тема 9: GR-деятельность отделов по связям с общественностью. Антикризисный PR

Ответить на теоретические вопросы 25-35 для устного/письменного опроса, собеседования (см. список ниже).

Подготовить презентацию на заданную тему (см. список ниже).

Практическое задание: Выберите рекламные объявления двух розничных торговцев товарами различных категорий и рассмотрите их достоинства и недостатки с двух точек зрения: создания имиджа магазина и увеличения продаж в ближайшей перспективе. Если вы производитель и от вас требуют увеличить скидки на совместную рекламу, какое из рассмотренных объявлений было бы выгоднее для вас? Почему?

Типовые теоретические вопросы для устного/письменного опроса, собеседования для проведения текущего контроля по дисциплине

1. Понятие «технология». Понятие «PR-технология», «рекламная технология».
2. Особенности осуществления технологий рекламы и связей с общественностью.
3. Формирование технологий рекламы.
4. Способы формирования технологий связей с общественностью
5. Практика осуществления коммуникативного технологического рекламного и PR-сценариев.
6. Особенности применения печатной рекламы в PR-деятельности.
7. Основные структурные факторы печатной рекламы.
8. Реклама в газетах. Эффективность рекламы в журналах.
9. Наружная реклама и постеры.
10. PR в политике. Сущность, определение, виды, особенности.
11. Особенности управления политическими PR-кампаниями.
12. Основные этапы политического PR в России.

13. Имидж политиков и как он создается.
14. Формирование имиджа страны в мировом общественном мнении.
15. Имидж России в мировом сообществе.
16. Специфика PR в избирательных кампаниях.
17. Особенности управления избирательной кампанией в США и Западной Европе.
18. Роль специальных PR-акций в избирательных кампаниях.
19. Формы и методы PR-технологий на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ.
20. История появления пресс-служб в органах власти.
21. Место и роль PR-службы органов власти.
22. Основные цели и задачи PR.
23. Структура PR-службы в органах власти.
24. Эффективность применения PR-технологий государственными органами власти РФ.
25. С какими проблемами сталкивается PR в России в процессе становления?
26. Какие ассоциации PR вы знаете?
27. Зачем создаются ассоциации PR в России?
28. С какой целью разрабатываются кодексы профессионального поведения в сфере PR?
29. В каких отраслях спрос на PR-услуги в России наиболее высок и почему?
30. Как вы оцениваете перспективы развития PR в России?
31. Назовите три показателя метода Дорфмана-Стэймана. Чему в данном случае равна величина рекламного бюджета?
32. Чему равна эластичность спроса по цене, спроса по рекламе?
33. В чем суть анализа по предельным экономическим показателям?
34. Что представляет собой метод определения рекламного бюджета на основании объёма продаж? Почему он широко используется? Назовите его недостатки.
35. На каких предположениях основан метод конкурентного паритета?
36. Приведите формулу расчета бюджета рекламной кампании в зависимости от объемов бюджетов рекламных кампаний.
37. В чём заключается различие между анализом по предельным показателям и регрессионным анализом?
38. Перечислите основные статьи рекламного бюджета в зависимости от их функционального назначения.
39. Что понимается под эффективностью рекламы? В чем состоит отличие претестинга от трекинга?
40. Способы осуществления связей с общественностью.
41. Типы совместной рекламы.
42. Назовите примерные вопросы стратегии и тактики ИМС.
43. Что такое действенные цели?
44. Определите различия между коммуникационными и маркетинговыми целями.
45. Разница между имиджем или индивидуальностью торговой марки, ее пониманием и отношением к ней.

Типовые темы для составления презентаций для проведения текущего контроля по дисциплине (ОК-4, ОПК-4, ПК-3)

Составьте презентацию (20-25 слайдов) с иллюстративными примерами, в которой раскройте следующие вопросы:

Вариант 1:

1. Подход к пониманию дефиниции «связи с общественностью».
2. Функции связей с общественностью.
3. PR как наука о формировании общественного мнения.
4. Основные модели PR-деятельности.
5. Цели и задачи PR.
6. Принципы PR-деятельности.

Вариант 2:

1. Практические приемы коммуникативного воздействия на группы общественности.
2. Внушение и убеждение – различные стратегии коммуникации.
3. Задачи осуществления коммуникации в связях с общественностью.
4. Что такое PR-программа?
5. Что такое стратегия связей с общественностью?
6. Что такое тактика связей с общественностью?
7. Как оценивается результат PR-деятельности?

Вариант 3:

1. Основные характеристики рекламы, как инструмента маркетинга, ее цели, функции, принципы.
2. Составляющие и этапы проведения рекламной кампании.
3. Технологии медиапланирования и составления бюджета рекламной кампании.
4. Технологии реализации рекламной деятельности: современные носители рекламных обращений и их классификация.
5. Технологии разработки рекламного обращения, его структура в зависимости от типа носителя.

Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля по дисциплине

Тестирование проводится непосредственно перед промежуточной аттестацией, включает все темы дисциплины, позволяет оценить уровень всех заявленных в дисциплине компетенций. Тестирование проводится в электронной образовательной среде МГЭУ.

1 Вопрос: Прямая реклама использует следующие формы:

письма, открытки
 каталоги, проспекты
 рекламные ТВ-ролики
 календари

2 Вопрос: На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

стимулирование покупки
 информирование о местах продажи
 формирование потенциальных потребителей
 стабилизация круга покупателей

3 Вопрос: Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

информативная реклама
 побудительная реклама
 напоминающая реклама
 сравнительная реклама

4 Вопрос: Заказчиком рекламы является:

рекламодатель
рекламное агентство
журнал
типография

5 Вопрос: При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

реклама в прессе
реклама в транспорте
компьютерная реклама
реклама на месте продаж

6 Вопрос: Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое одним форматом:

каталог
проспект
буклет
листовка

7 Вопрос: Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:

каталог
буклет
проспект
плакат

8 Вопрос: Рекламодатель - это юридическое или физическое лицо, являющееся:

финансирующей стороной производства рекламы
источником рекламной информации для производства и размещения рекламы
источником рекламной информации и финансирующей стороной для производства и распространения рекламы
источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы

9 Вопрос: Рекламопроизводитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее:

полное и частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме
производство рекламной продукции по заказу рекламодателя
полное приведение рекламной продукции к использованию в средствах распространения рекламы
финансирование, производство и размещение рекламной информации

10 Вопрос: Рекламный процесс представляет собой:

процесс создания рекламной продукции
комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка
совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю
определение контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе

Примерный комплект заданий для промежуточной аттестации успеваемости

По решению кафедры и при наличии соответствующих материалов в базе «Федерального интернет-экзамена в сфере профессионального образования.» (ФЭПО) промежуточная аттестация может проводиться в форме интернет-экзамена ФЭПО. ФЭПО представляет собой компьютерное тестирование обучающихся университета с использованием среды «Интернет» в режиме «онлайн».

Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования позволяет реализовывать диагностическую технологию внешнего оценивания компетенций на всём пути освоения содержания программ обучения, что особенно важно при реализации компетентностного подхода, основанного на формировании и развитии компетенций.

Экзамен проводится по билетам, которые включают в себя теоретические вопросы и практические задания.

Теоретические вопросы для подготовки к экзамену позволяют оценить уровень сформированности знаний, соответствующих закреплённым за дисциплиной компетенциям на данном этапе их формирования.

Практические задания для подготовки к экзамену позволяют оценить уровень сформированности умений и навыков, соответствующих закреплённым за дисциплиной компетенциям на данном этапе их формирования. Практические задания экзаменационного билета формируются из заданий, представленных в разделе оценочных материалов для текущего контроля успеваемости.

Типовые вопросы, используемые в ходе промежуточной аттестации (экзамен)

Экзамен проводится в виде устного ответа на вопросы билета. Билет включает 3 теоретических вопроса из списка:

1. Сущность и отличительные особенности технологий в рекламе и PR.
2. Типы технологического воздействия.
3. Формирование технологий в рекламе и PR.
4. Виды печатной рекламы и их использование в социальном пространстве.

Структура и основные компоненты печатного текста.

5. Заголовки, текст, иллюстрации, композиция и макет печатной рекламы.
6. Психология восприятия печатного текста.
7. Психология восприятия цвета в рекламе.
8. Телевизионная реклама: структура, особенности, психология восприятия.
9. Типы сценария телевизионных рекламных роликов. Этапы и технология создания телерекламы.

10. Обязательные элементы в телевизионной рекламе.

11. Особенности и методы повышения эффективности радиорекламы.

12. Прямая почтовая рассылка (direct-mail) в связях с общественностью.

13. Коммуникации в местах продаж: специфические формы и методы организации.

14. Сравнительный анализ (преимущества и недостатки) различных форм прямой и косвенной рекламы. Стратегии узнавания/припоминания.

15. Выбор основного и дополнительных рекламных носителей в ходе разработки коммуникационной стратегии.

16. Репутационный капитал PR.

17. Конструирование корпоративного имиджа: миссия, видение, корпоративная философия.

18. Конструирование имиджа отдельного человека.

19. Управление имиджем. Инструментарий имиджмейкера.

20. Основные элементы корпоративной конструкции: название фирмы и слоган.

21. Фирменный стиль в общем контексте PR-деятельности.

22. Фирменные PR-акции.

23. Сущность и содержание понятия «бренд».
24. Современные тенденции брендинга.
25. Позиционирование бренда как важнейшая составляющая успешной коммуникационной стратегии.
26. Этапы и методы позиционирования.
27. Понятие «ребрендинг», факторы перепозиционирования и возможные направления ребрендинга.
28. Развитие имиджа бренда методами PR: основные инструменты, их виды и особенности.
29. Основные этапы PR-управления в политической сфере.
30. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
31. Пресс-служба в органах власти.
32. Пресс-релизы, их виды и правила подготовки.
33. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью.
34. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
35. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
36. Презентации, их цели и особенности проведения.
37. Пресс-кит и его составляющие.
38. Методы проведения конференции, круглого стола, пресс-тура и др. мероприятий с участием журналистов.
39. Имиджевые корпоративные документы: виды и правила составления.
40. Спичрайтинг в связях с общественностью.
41. Бриф и принципы его составления.
42. Медиапланирование. Основные понятия.
43. Соотношение понятий «охват», «частота» в медиапланировании.
44. Смысл и применение понятий Rating, Share, GRP. Методы определения рейтинга и доли аудитории.
45. Стандартные схемы распределения ресурсов в медиапланировании.
46. Стратегия и тактика использования СМИ в publicrelations.
47. Обзоры материалов СМИ. Контент-анализ. Экспресс-анализ СМИ.
48. Работа с журналистами в связях с общественностью. Медиадосье и его составление.
49. Наиболее типичные ошибки во взаимоотношениях с журналистами.
50. Формы и методы подачи информации для СМИ. Новостная ценность информации и способы ее конструирования.
51. Основные виды PR-документов для СМИ. PR-тексты и журналистские жанры: сравнение.
52. Понятие и особенности социальных PR-технологий.
53. Специфика российской PR-благотворительности.
54. Формы участия PR-отделов в благотворительной деятельности.
55. Основные достоинства благотворительности как ресурса деятельности по PR.
56. Различные методы оценки эффективности рекламных и PR-кампаний.
57. Связи с общественностью на отраслевых выставках.
58. PR как средство формирования общественного мнения о бизнесе.
59. Реализация PR в деятельности промышленных предприятий.
60. Эффективность PR-работы в финансово-банковской сфере.
61. Управление отношениями с общественностью в некоммерческих организациях.
62. Стратегическое управление PR в социальной политике.
63. PR-цели инновационной деятельности.
64. Специфика управления связями с общественностью в шоу-бизнесе.

65. PR-продвижение в туризме и спорте.
66. Паблик рилейшнз в международной сфере.

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

Основная литература:

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. –М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>
2. Панкратов Ф. Г. , Баженов Ю. К. , Шахурин В. Г. Основы рекламы: учебник.- М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.- 538 с.http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454093&sr=1

Дополнительная литература:

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Учебник] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева ; О.Н. Романенкова ; Д.А. Жильцов .–М. : Издательство Юрайт , 2015. - 552 с.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика.[Учебник] : учебник / А. Н. Чумиков ; М. П. Бочаров . –М. : Дело , 2014. - 536 с., ил.

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

а) электронные образовательные ресурсы (ЭОР):

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gnpbu.ru>;
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова;
6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;<http://koob.ru>;<http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;
7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru;
8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;
9. Библиотека Гумер (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/>;
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/for-individuals/>;
11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>;
12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru;
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://elibrary.rsl.ru/>;
14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>;
15. http://www.erudition.ru/referat/printref/id.25504_1.html (Российская Электронная Библиотека «Эрудит»).

б) электронно-библиотечные системы (ЭБС):

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность/срок действия договора
1.	www.book.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС)	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/ Договор 18491246 срок действия с 14.03.2018-13.03.2019 Договор №18495243 срок действия с 08.02.2019 – 08.02.2020
2.	www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/ Договор №042-03/2018 срок действия с 15.03.2018-18.03.2019 Договор №12-01/2019 срок действия с 15.01.2019 – 18.03.2020

в) современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Polpred.com - Обзор СМИ https://www.polpred.com/	База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Универсальная информационная база данных для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Психология, Юриспруденция
Бюро ванДайк (BvD) https://www.bvdinfo.com/ru-ru/home?utm_campaign=search&utm_medium=cpc&utm_source=google	Бюро ванДайк (BvD) публикует исчерпывающую экономическую и юридическую информацию о компаниях всего мира и России, а также бизнес-аналитику. Информационная база данных для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика.
Университетская информационная система РОС-СИЯ https://uisrussia.msu.ru/	Тематическая электронная библиотека и база для прикладных исследований в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений, права для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Юриспруденция.
Научная электронная библиотека Elibrary http://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более

	5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Юриспруденция, Психология.
<p>Портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>Сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru</p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объем массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей.</p> <p>В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки в доступе для обучающихся по направлениям подготовки: Юриспруденция, Психология, а так же по гуманитарным наукам: политология, социология, социальная психология, экономика, исторические науки, культурология, религиоведение, философия, правоведение</p>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

10.1 Общие методические рекомендации по изучению дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с целью формирования профессиональных навыков обучающихся.

Основными видами учебной работы являются лекционные, практические занятия. Групповое обсуждение и индивидуальные консультации студентов в процессе решения учебных задач, в т.ч. посредством телекоммуникационных технологий. Обсуждение конкретных ситуаций. Просмотр и анализ учебных фильмов.

Успешное изучение дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ре-

сурсами» предполагает целенаправленную работу студентов над освоением ее теоретического содержания, предусмотренной учебной программой дисциплины, активное участие в подготовке и проведении активных форм учебных занятий. В связи с этим обучающиеся должны руководствоваться рядом методических указаний.

Во-первых, при изучении дисциплины следует опираться и уметь конспектировать лекции, так как в учебниках, как правило, излагаются общепринятые, устоявшиеся научные взгляды.

Во-вторых, студент обязан целенаправленно готовиться к практическим занятиям.

В-третьих, студенту следует внимательно изучить целевую установку по изучаемой дисциплине и квалификационные требования, предъявляемые к подготовке выпускников, рабочую программу и тематический план. Это позволит четко представлять круг изучаемых дисциплиной проблем, ее место и роль в подготовке бакалавра.

В-четвертых, качественное и в полном объеме изучение дисциплины возможно при активной работе в часы самостоятельной подготовки. Студент должен использовать нормативные документы, научную литературу и другие источники, раскрывающие в полном объеме содержание дисциплины. Список основной и дополнительной литературы, сайтов интернета предлагается в рабочей программе. При этом следует иметь в виду, что для глубокого изучения дисциплины необходима литература различных видов:

- а) учебники, учебные и учебно-методические пособия, в том числе и электронные;
- б) справочная литература – энциклопедии, словари, тематические, терминологические справочники, раскрывающие категориально-понятийный аппарат дисциплины.

Изучая учебную литературу, следует уяснить основное содержание той или иной проблемы.

Для того, чтобы успешно овладеть содержанием дисциплины «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» обучающиеся должны выполнить нижеследующие указания:

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для подготовки к занятиям **лекционного типа**:

В ходе лекционных занятий 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. 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.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для подготовки к занятиям **практического типа**:

Подготовка к занятиям практического типа включает 2 этапа: 1-й – организационный; 2-й – 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. На практическом занятии 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. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается 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 студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

10.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе и выполнению контрольных работ по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Общие методические указания по самостоятельной подготовке к практическим занятиям могут быть следующими.

Во-первых, готовясь к практическому занятию, надо прочитать и обдумать доработанный конспект лекций. Если остались какие-либо непонятные вопросы, их можно поставить на практическом занятии или получить консультацию у преподавателя.

Во-вторых, завершить изучение и конспектирование источников, которые рекомендованы к теме практического занятия, придерживаясь тех советов по конспектированию, которые были рассмотрены выше. Наметить для себя одно-два положения из конкретного источника или его конспекта, которые можно использовать в устном выступлении на практическом занятии.

В-третьих, составить небольшие схемы-конспекты или тезисы ответов на вопросы практического занятия. Обдумать их устное раскрытие, обратившись к конспектам лекций, к основной литературе, а также к учебнику.

В-четвертых, самостоятельная работа по подготовке к практическим занятиям может состоять и в написании краткого текста выступления (сообщения) по всем вопросам плана занятия. Подготовка текстов выступлений закрепляет усвоение знаний, способствует приобретению навыков составления письменных материалов, шлифует и делает более точным мышление и язык, укрепляет уверенность в освоении конкретной темы. Главным критерием качества подготовки студента к практическому занятию является его готовность принять участие в обсуждении всех вопросов плана занятия и высказать свое мнение по ним.

Содержательная и творческая самостоятельная работа по улучшению конспектов лекций, изучению и конспектированию основной и дополнительной литературы, работа с учебниками и учебно-методическими пособиями, плодотворная подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольных заданий обучающимися заочного обучения существенно облегчает подготовку к аттестации по дисциплинам.

Предварительно подготовленные письменные материалы, устные выступления на практических занятиях составляют ту основную интеллектуально-информационную базу, которая позволит студенту продемонстрировать глубокое и прочное усвоение программного материала.

Контрольная работа – это письменная работа, в которой раскрываются определенные вопросы, заданные преподавателем с целью оценки качества усвоения обучающимися отдельных, наиболее важных разделов, тем и проблем изучаемой темы, умения решать конкретные теоретические и практические задачи.

Студентам **заочной формы** обучения необходимо помнить, что *основанием допуска к сдаче зачета и экзамена является наличие выполненных, должным образом оформленных и*

представленных на кафедре журналистики и связей с общественностью контрольных работ, объем и количество которых определяется преподавателем индивидуально, исходя из успеваемости студента по конкретному предмету. Выполненные контрольные работы представляются на кафедру в день сдачи экзамена или зачета.

Самостоятельная работа по подготовке к экзамену или зачету призвана лишь систематизировать, уточнить, упорядочить уже приобретенные знания, навыки и умения, упрочить интеллектуальную и психологическую готовность успешного прохождения аттестации по учебной дисциплине.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для **самостоятельной работы:**

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом в свободное от обязательных учебных занятий. 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 практических занятиях; – защиту выполненных работ; – участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины; – участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях; – участие в тестировании и др. Самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время может состоять из: – повторение лекционного материала; – подготовки к практическим занятиям; – изучения учебной и научной литературы; – решения задач, выданных на практических занятиях; – подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.; – подготовки к практическим занятиям устных докладов (сообщений); – подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя.

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий, монографий и статей, а также официальных материалов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие

суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемой дисциплины. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.

Методические рекомендации по самостоятельному освоению пропущенных тем дисциплины

Преподаватель называет студенту даты пропущенных занятий и количество пропущенных учебных часов.

Форма отработки студентом пропущенного занятия выбирается преподавателем.

На отработку занятия студент должен явиться согласно расписанию консультативных часов преподавателя, которое имеется на кафедре.

При себе студент должен иметь: выданное ему задание и отчет по его выполнению.

Отработка студентом *пропущенных лекций* проводится в следующих формах:

- 1) самостоятельное написание студентом краткого реферата по теме пропущенной лекции с последующим собеседованием с преподавателем;
- 2) самостоятельное написание студентом конспекта лекции с последующим собеседованием с преподавателем.

Как правило, отработка пропущенной лекции должна быть осуществлена до рубежного тестирования по соответствующей теме учебной программы.

Отработка студентом пропущенного *практического занятия* проводится в следующей форме:

- самостоятельная работа студента над вопросами *практического занятия* с кратким их конспектированием или схематизацией с последующим собеседованием с преподавателем.

Если пропущено *практическое занятие*, то оно отрабатывается одним из следующих способов:

- студент посещает практическое занятие по этой же теме со обучающимися другой учебной группы,
- студент приходит на практическое занятие по пропущенной теме в специально выделенное для этого время; он самостоятельно выполняет практическую работу и отвечает на вопросы преподавателя.

Пропущенные практические занятия должны отрабатываться своевременно, до ру-

бежного контроля (контрольная аттестация) по соответствующему разделу учебной дисциплины.

Преподаватель, согласно графику консультативных часов, принимает отработку пропущенного занятия у обучающегося, делает соответствующую отметку. Отработка засчитывается, если студент демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по пропущенному материалу. Студенту, получившему незачетную оценку, отработка не засчитывается.

Зачетный уровень теоретической осведомленности заключается в том, что студент свободно оперирует терминологией, которая рассматривалась на занятии, которое подлежит отработке, отвечает развернуто на вопросы, подкрепляя материал примерами.

Обучающиеся допускаются к экзамену по дисциплине при условии отработки всех занятий, предусмотренных учебным планом данного семестра по данной дисциплине. Обучающемуся, имеющему право на свободное посещение занятий, выдается график индивидуальной работы, согласованный на кафедрах и утвержденный деканом факультета.

Подготовка к промежуточной аттестации:

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

11. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

В процессе реализации образовательной программы при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами» применяются **следующие информационные технологии:**

1. визуализация информации (создание, хранение, демонстрация наглядных рекламных и PR-материалов различного формата, стенд с печатными изданиями, учебниками, учебными пособиями, журналами);
2. мультимедийное отображение информации (использование презентаций по темам 1-9 дисциплины, использование сопутствующих видеоматериалов – фотографий, схем, отрывков рекламных роликов, видео-блогов ведущих специалистов по рекламе и PR);
3. видео лекции по темам: «Связи с общественностью в системе коммуникации», «Правовые и этические аспекты профессиональной деятельности по связям с общественностью», «Роль и место СМИ в связях с общественностью. Медиарилейшнз как базовое направление PR – деятельности»;
4. доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС) www.book.ru;
5. доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Электронная информационно-образовательная среда МГЭУ (лицензия № 978ДО16АР от 28 октября 2016 г. на использование программного обеспечения «ЭИОС»; поставщиком программного обеспечения является ООО «УНИАР»; договор № МГЭИ-У/1-2016 от 01 марта 2016 г.).

Обучающимся МГЭУ обеспечена возможность свободного доступа в электронную информационную образовательную среду (ЭИОС)

Электронная информационно-образовательная среда - это совокупность электронных информационных и образовательных ресурсов, информационных и телекоммуникационных

технологий и средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ. ЭИОС МГЭУ обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе;

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

в) проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

г) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

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

е) демонстрацию дидактических материалов дисциплины через LCD-проектор.

ж) доступ к программам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: «Тестер знаний» и Интернет-тренажеры в сфере образования (<http://www.i-exam.ru>).

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

Программное обеспечение:

1. Ежегодно обновляемое лицензионное ПО

MS Windows 7 Professional; MS Windows XP.

Microsoft Office 2007.

Dr. Web (версия 11.00).

2. Свободно распространяемое ПО

7-Zip

K-LiteCodecPack

AdobeReader

Информационно-справочные системы:

Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – www.consultant.ru

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Занятия, текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по данной дисциплине проводятся в учебных аудиториях для занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Данные учебные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Типовая комплектация таких аудиторий состоит из комплекта мебели для обучающихся и преподавателя, доски маркерной/для мела, инструкции пожарной безопасности, огнетушителя. Занятия лекционного типа проводятся в аудиториях, оснащённых стационарным или переносным мультимедийным оборудованием.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (презентации по темам интерактивных лекций и практических занятий), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже IntelCore i5-2100), блок управления оборудованием. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения отдельных корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение:

MS Windows 7 Professional; MS Windows XP.

MicrosoftOffice 2007.

7-Zip Свободно распространяемое ПО.

K-LiteCodecPack Свободно распространяемое ПО.

Dr. Web (версия 11.00).

AdobeReaderXI Свободно распространяемое ПО.

Типовая комплектация аудитории, оснащённой переносным мультимедийным оборудованием состоит из: комплекта мебели для обучающихся и преподавателя, доски маркерной/для мела, инструкции пожарной безопасности, огнетушителя, переносного мультимедийного (компьютерного) оборудования (ноутбука, проектора, колонок). Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение:

MSWindows 7 Professional; MSWindowsXP.

MicrosoftOffice 2007.

7-Zip Свободно распространяемое ПО.

K-LiteCodecPack Свободно распространяемое ПО.

Dr. Web (версия 11.00).

AdobeReaderXI Свободно распространяемое ПО.

Качественный и количественный состав оборудования определяется спецификой данной дисциплины и имеет своё отражение в справке о материально-техническом обеспечении основной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата (Приложение 12)

Также предусмотрены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для организации **самостоятельной работы** обучающихся используется:

- библиотечный фонд вуза, расположенный по адресу: шоссе Сормовское,20 (каб. №522);
- читальный зал, учебная аудитория для самостоятельной работы, для курсового проектирования №520.

Доска 3-х элем.меловая (1 шт.). Стол уч. м/к (3 шт.). Стол письм. дер. (8 шт.). Стол компьют. 90x72 (18 шт.). Стул «Сатурн» сер. (36 шт.). Трибуна метал.(1 шт.). Стеллаж м/к корич. 900x320x1900 (1 шт.).

Компьютеры для обучающихсяПК Dual-Core E5300 2.6GHZ (19 шт.) с выходом в Интернет и ЭИОС; монитор SamsungSyncMaster E1920NR (19 шт.); мышь компьютерная (19 шт.); клавиатура (19 шт.); колонки компьютерные (1 шт.); проектор Epson EB-X14G (1 шт.); экран настенный 180x180 (1 шт.).

Программное обеспечение:MSWindowsXP, MSOffice 2007 лицензия №48131620. Дата выдачи лицензии: 22.02.2011. Срок действия лицензии: бессрочно. Dr.Web (версия 11.00) лицензия №G6SS-D3BK-7TA2-XS96. Дата выдачи лицензии: 11.05.2018. Срок действия лицензии: 1 год.

Информационно-справочная система:

«КонсультантПлюс».

13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;
- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступление с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению
- к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

Университет устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ
рабочей программы дисциплины
«Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами»

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Совета Института (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__–20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись, инициал и фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__–20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись, инициал и фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__–20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись, инициал и фамилия)

ТИТКОВ МИХАИЛ ИВАНОВИЧ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

«ПАБЛИК-РИЛЕЙШНЗ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»

направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы
прикладного бакалавриата: «Управление человеческими ресурсами»

Печатается в авторской редакции

Корректор

Афиногорова Е.В.

НИ(ф) МГЭУ, Нижний Новгород, 603074, шоссе Сормовское., д. 20